



R I F I U T I R E C U P E R O R I C I C L O

# ACCIAIO AMICO: È PARTITA LA SECONDA EDIZIONE

**T**ra novembre e dicembre ha preso il via la seconda edizione del concorso Acciaio Amico ideato dal Consorzio Nazionale Acciaio e finalizzato a

far comprendere, ai giovani studenti delle scuole elementari e medie inferiori, il valore della raccolta differenziata dei rifiuti domestici.

Dopo l'esperienza più che positiva di Genova anche Parma e Reggio Emilia si fanno compartecipi dell'iniziativa che intende sensibilizzare i ragazzi e, di conseguenza, le loro famiglie sulla rilevanza del recupero e del riciclo degli scarti domestici in acciaio. L'iniziativa assume un valore ancor più importante se si considera che queste due province emiliane si caratterizzano per l'elevata concentrazione di industrie alimentari - conserviere, utilizzatrici di imballaggi in banda stagnata e per la presenza dei maggiori produttori di questi imballaggi in acciaio.

Il concorso Acciaio Amico, per l'anno scolastico in svolgimento, si articola in due fasi: quella didattica e quella partecipativa.

Nella fase didattica il Consorzio Nazionale Acciaio rende disponibile, per ogni studente e insegnante delle classi che scelgono di aderire all'iniziativa, un kit didattico - educativo contenente materiale informativo sul ciclo di vita dell'acciaio, sulle sue proprietà e sulla possibilità, una volta diventato rifiuto, di essere raccolto in modo differenziato per essere avviato al recupero.

Inoltre il Consorzio Nazionale Acciaio con gli altri promotori dell'iniziativa (Comune e Provincia di Parma e Reggio Emilia, Osservatorio Provinciale Rifiuti, Legambiente, Anfima, Amps, Sara, Agac, Sabar, Re Mida, Unione e Associazione Industriali e numerose aziende del settore) ha creato uno sportello informazioni al quale potranno rivolgersi tutti gli insegnanti desiderosi di



approfondire le conoscenze sull'imballaggio in acciaio: produzione della materia prima, ciclo di vita e tecnologie di riciclo.

La fase partecipativa prevede due sezioni di concorso quella rivolta alle scuole elementari e quella per le scuole medie infe-



riori. Nella prima sezione è richiesto di produrre con tappi, barattoli e coperchi in acciaio, creazioni artistiche (disegni, sculture, collages, plastici, ecc.) sul tema della raccolta differenziata.

Viceversa, nella seconda sezione gli studenti delle scuole medie si cimenteranno nella progettazione di una campagna di sensibilizzazione alla raccolta differenziata degli imballaggi in acciaio, con relativo slogan.

Un'apposita giuria, in primavera,

selezionerà le migliori opere presentate dai giovani artisti e pubblicitari, i quali, per ciascuna sezione, potranno ambire al primo premio consistente in una gita, organizzata dal WWF, al santuario internazionale dei cetacei nel triangolo di mare compreso fra Liguria, Corsica e Francia.

A tutti i partecipanti verrà regalato il libro contenente le foto di tutte le opere in concorso, con i relativi nomi degli autori e degli insegnanti responsabili.

Inoltre agli Istituti delle classi premiate verranno consegnati un computer, una stampante e un modem con relativo software per accedere ad Internet. Le classi interessate possono scaricare la scheda informativa dal sito Internet [www.consorzio-acciaio.org](http://www.consorzio-acciaio.org) oppure richiedere delucidazioni contattando la lascone Plinio Sas, (società che gestisce l'iniziativa per conto del Consorzio Nazionale Acciaio), al numero 010/5953819.



## BANCA DATI SUI MATERIALI RECUPERATI

**F**resca di stampa, la Banca Dati Materiali Recuperati dai Rifiuti Urbani offre un efficace sistema informativo e di supporto per monitorare l'efficienza delle politiche attuate. Realizzata da Federambiente in collaborazione con l'Amia Verona, l'indagine sull'anno 2000 evidenzia un incremento del 158% dei materiali raccolti da avviare a riciclo (kg 123 per abitante/anno). E poiché la produzione di rifiuti urbani del campione esaminato è di circa kg 540 abitante/anno, equivale al 23% di materia avviata al riciclo, avvicinandosi all'obiettivo del 25% fissato all'art. 24 del decreto 22/97 per il 2001. Le aziende del sistema Federambiente hanno così dimostrato di offrire una buona qualità dei servizi gestendo la quasi totalità del recupero energetico prodotto in Italia dalla termovalorizzazione del rifiuto urbano. Sono evidenti però anche le notevoli differenze tra le diverse aree geografiche: al nord si raggiungono annualmente i 148 kg/abitante di materiale per scendere ai 97 kg del centro fino ai 28 kg del sud. Da un'analisi dei costi affrontati per le raccolte emerge inoltre un costo medio per tutte le frazioni merceologiche di circa 220 Lit/kg, in aumento del 16% rispetto al 1997. I risultati migliori

si ottengono con azioni di recupero e smaltimento: raccolta e recupero di materiali, recupero energetico, compostaggio e smaltimento in discarica dei residui di questi tre processi. Guido Berro, presidente di Federambiente, auspica di arrivare al 20-25% di termovalorizzazione per ottenere risultati economicamente sostenibili mentre al Governo si chiedono provvedimenti che portino alla riqualificazione del settore.





R I F I U T I R E C U P E R O R I C I C L O

# ITALIA, PAESE DI CAMPIONI



ultima campagna pubblicitaria di Corepla ha stuzzicato la creatività dei cittadini italiani che numerosi si sono cimentati nell'arte fotografica per riprendere la miglior "posa plastica".

L'iniziativa diffusa lo scorso settembre ha ottenuto un grande successo: più di 400 fotografie sono arrivate al Consorzio accompagnate da lettere e testimonianze da cui emerge chiaramente che la raccolta differenziata è ormai un gesto quotidiano e abituale per le famiglie italiane. Il buon esito della campagna di comunicazione ha spinto Corepla ad approfondire il tema e ad affidare una ricerca qualitativa, sull'immagine sociale della plastica, al professor Enrico Finzi, sociolo-



go ed esponente di spicco del mondo della ricerca demoscopica. Durante la manifestazione organizzata da Corepla per presentare in anteprima il materiale raccolto, che verrà presto pubblicato in un libro, sono stati esposti dal prof. Finzi i risultati della ricerca che ha analizzato i contenuti delle fotografie; l'immagine negativa della plastica, derivata dalla convinzione che si tratti di un materiale inquinante e deturpante allorché come rifiuto non biodegradabile dan-

neggia l'ambiente, negli ultimi anni si è ridotta notevolmente grazie alla sempre crescente pervasività della plastica nella vita di tutti noi e soprattutto alla consapevolezza che oggi può essere riciclata e riutilizzata.

È estremamente significativo come una tematica seria qual è la gestione dei rifiuti venga apprezzata dagli italiani con creatività, positività e un pizzico d'ironia utile a trovare più facilmente la soluzione. "Facilitiamo e felicitiamo" è lo



slogan che può accomunare, secondo i titolari della ricerca, la maggior parte delle immagini ricevute.

Il "concorso" fotografico che ha visto uomini e donne, bambini e animali protagonisti, ha confermato la sensibilità dei cittadini nei confronti dell'ambiente e della tutela delle risorse naturali. Per tali ragioni è indispensabile da parte degli operatori, migliorare i servizi in termini di efficienza e da parte delle istituzioni preposte aumentare la presenza e l'informazione.

La manifestazione è stata anche l'occasione per presentare i risultati che Corepla ha conseguito nel 2002: 227 mila tonnellate di imballaggi raccolte nei circuiti urbani e il 22% degli imballaggi immessi al consumo avviato al riciclo. In tal modo il nostro Paese è in linea con la media europea. Sul fronte del recupero energetico, l'obiettivo raggiunto del 21% colloca l'Italia agli ultimi posti in Europa facendo registrare ancora una carenza di infrastrutture impiantistiche.

Nel complesso Corepla ha recuperato il 43% degli imballaggi post-consumo lasciando alla discarica un ruolo residuale e comunque limitato a quei casi nei quali non è possibile valorizzare in alcun modo il rifiuto.



## IL PREMIO COMIECO PER LE CAMPAGNE PUBBLICITARIE

Con il lancio della prima edizione del premio "Salva ...guarda la carta. Ambiente, comunicazione e riuso creativo di carta e cartone" Comieco - il Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base cellulosica - ha inteso dare un riconoscimento alle campagne pubblicitarie a mezzo stampa e video che, valorizzando l'uso creativo di carta, cartone e cartoncino, hanno reso questi materiali protagonisti della comunicazione.

Una qualificata giuria composta da *Adriano Bonafede* (responsabile del Rapporto Ambiente di Affari & Finanza, inserto di *Repubblica*), *Alberto Contri* (Presidente di Pubblicità Progresso), *Umberto Galli Zugaro* (Vicepresidente Assocomunicazione), *Patrizia Gilberti* (Comitato Direttivo UPA), *Jacopo Gilliberto* (*Il Sole 24 Ore*), *Lele Panzeri* (Presidente Art Director's Club), *Gherarda Guastalla Lucchini* (Vicepresidente vicario Ferpi), *Giorgio Lonardi* (*La Repubblica*), *Carlo Montalbetti* (Direttore Generale di Comieco) e *Lello Naso* (*Il Sole 24 Ore*), ha esaminato spot televisivi e annunci stampa valutandoli secondo tre criteri:

- l'utilizzo creativo del materiale cellulosico e dei suoi valori;
- la presenza e la visibilità del materiale stesso all'interno degli annunci stampa e degli spot televisivi;

- la promozione diretta o indiretta del messaggio ambientale a favore del riciclo della carta. Nella categoria "Miglior Spot Pubblicitario" ha vinto Sony Vega Box realizzato dall'agenzia Saatchi & Saatchi, mentre nella categoria "Miglior campagna pubblicitaria a mezzo stampa" il riconoscimento è andato all'annuncio Ikea, creato della BGS Milano per pubblicizzare l'apertura del nuovo store di Firenze. Durante la cerimonia di premiazione, alla presenza di numerosi giornalisti ed esponenti delle più quotate agenzie pubblicitarie, case di produzione, centri media e aziende che impiegano la carta e il cartone come protagonisti nelle loro comunicazioni pubblicitarie, sono state assegnate anche menzioni speciali a video musicali, programmi televisivi e servizi giornalistici che, dando visibilità ai materiali cellulosici, hanno fatto passare messaggi e atteggiamenti propositivi in favore del riciclo della carta. In questa sezione i premi speciali sono andati al gruppo musicale *DbBoulevard* per il loro video clip a cartoni animati in cartone ondulato, a *Giovanni Floris*, conduttore della trasmissione di Rai 3 *Ballarò* per la scenografia TV, a *Roberto Nepote*, direttore della Seconda Rete delegata ai programmi d'intrattenimento giovanile, in rappresentanza del programma di Rai 2 *Art Attack*, per la promozione educational del materiale cellulosico e a *Silvia Meneguzzo*, redattrice di *Io Donna* per un originalissimo servizio di moda nel quale carta e cartone condividono la scena con gli abiti. Il presidente di Comieco - *Piero Capodiecì* - nel presiedere la serata di premiazione, ha posto l'accento sulla potenzialità dell'uso creativo dei materiali cellulosici in comunicazione per aumentare l'interesse verso i temi ambientali e per sensibilizzare i cittadini e i consumatori all'assunzione di atteggiamenti che facilitino il riciclo della carta.

