

Sostenibilità: i supermercati della Bassa possono fare la differenza



La lotta al cambiamento climatico è fatta di piccole azioni quotidiane. Il momento della spesa settimanale può essere una di quelle, quando ci si reca nel supermercato di fiducia, possibilmente grande e ben fornito, e si riempie il carrello in fretta per tornare a casa. Molte volte capita di rabbrivire nel reparto frigo, prendere un raffreddore per lo sbalzo termico in estate oppure rimanere storditi dalla luminosità troppo alta, in un ambiente privo di finestre. Sono gli effetti di **scelte rivolte al marketing più che al rispetto ambientale**, che vanno contro la sensibilità collettiva verso la sostenibilità ambientale e le evidenti crisi climatiche sempre più gravi.

Da queste riflessioni è partito il progetto dell'Associazione **"Progetto Gaia"**, a

cui Estensione ha collaborato, per **monitorare alcuni fra i più frequentati discount, supermercati e ipermercati della Bassa Padovana**, e valutare la sostenibilità ambientale di quest'ultimi in relazione ai loro consumi energetici e al loro impatto ambientale. **Non si tratta di dare giudizi definitivi, ma di stimolare il confronto e favorire scelte più ecosostenibili.**

Al monitoraggio sono stati coinvolti 14 punti vendita distribuiti fra le zone di Montagnana, Borgo Veneto, Este, Monselice e Conselve, che sono stati posti a valutazione soggettiva per quanto riguarda le fonti energetiche, l'illuminazione, la vendita e gestione degli alimenti, il rifiuto derivante dal confezionamento e le aree esterne. L'**obiettivo principale** è quello di **dare avvio ad una riflessione collettiva**, che possa spronare venditori e consumatori a cambiare i meccanismi di scelta verso la riduzione dell'impatto ambientale.

Sono molte infatti le **situazioni che necessitano di miglioramenti**: banchi frigo self service sprovvisti di chiusura con sportelli, che implicano alti consumi energetici e basso comfort climatico per i clienti; una pressoché inesistente vendita di prodotti alla spina, e lo stesso dicasi per la vendita di bevande con vuoto a rendere; vendita di formaggi preconfezionati con vassoio in polistirolo, non necessario dal punto di vista igienico, ma legato ad aspetti estetici e con conseguente produzione di rifiuti da smaltire.

Altro grande punto di indagine riguarda il banco servito. Quando presente, gli alimenti sono confezionati in imballaggi eccessivi e non è sempre garantita la differenziazione dei rifiuti. Quando assente, l'unica modalità di acquisto per i clienti prevede formaggi e affettati preconfezionati, con **alto uso di imballaggio a base di plastica** e problemi di smaltimento causati dall'invenduto. Spesso i consumatori hanno a cuore il banco ortofrutticolo, con attenzione verso i **prodotti "made in Italy"**. Ancora molto però si può fare verso il "Km zero", ovvero l'offerta di prodotti provenienti dal mercato interno locale: si promuovono le aziende del territorio, in modo da sostenere il commercio anche in quelle situazioni di crisi in cui la domanda estera diminuisce.

Il progetto vuole **sensibilizzare l'opinione critica dei consumatori**, che spesso si adeguano a un sistema di mercato consumistico credendo di poter fare poco o nulla. Con la **collaborazione di punti vendita lungimiranti** è possibile sostituire modelli di vendita ormai inadeguati, valorizzando scelte etiche come la cessione al banco alimentare dei prodotti prossimi alla scadenza, o la copertura

delle aree esterne con alberi che assorbono alte quantità di smog.

Il report complessivo verrà inviato a tutti i supermercati presi in analisi, affinché i venditori possano migliorare la sostenibilità dei propri punti vendita. L'Associazione "Progetto Gaia" **punta a coinvolgere prossimamente anche gli istituti scolastici**, per incoraggiare il senso critico e l'amore per l'ambiente in chi dovrà fare le scelte del futuro.