

La sfida “No Plastic Challenge”

di **Daniele Testi**

Presidente SOS-LOGistica

A Milano, il 20 febbraio, nella storica e appena rinnovata sede che ospita la casa d'aste Finarte in Via Paolo Sarpi, SOS LOGistica e Ambiente Mare Italia (www.liberamidallaplastica.it) hanno organizzato una serata-evento per lanciare il progetto “No Plastic Challenge, Milano si impegna”. Il maestro Beppe Vessicchio, fresco del grande successo di Sanremo, ha accompagnato con i musicisti del Sesto Armonico e con la forza del linguaggio universale della musica unita alle immagini emozionanti della Sand Artist Simona Gandola, il lancio di un progetto cofinanziato da Fondazione Cariplo che vede le due associazioni organizzatrici protagoniste insieme al dipartimento di Psicologia dell'Università Bicocca di Milano.

La strategia del progetto vede il coinvolgimento di aziende, strutture ricettive, esercizi commerciali e tutta la cittadinanza attraverso un vero e proprio gioco con l'obiettivo di portare a una progressiva riduzione dell'utilizzo della plastica monouso. Un cambiamento comportamentale, che sarà studiato grazie all'aiuto del Dipartimento di Psicologia dell'Università di Milano-Bicocca che presiederà le analisi dei dati raccolti presso i consumatori partecipanti ai challenge e gli esercenti aderenti al progetto e collaborerà per la realizzazione e la verifica di efficacia delle attività di gamification e delle iniziative di “change-making”. Per spiegare il ruolo di SOS-LOGistica in questo progetto riprendo in mano un concetto che abbiamo lanciato già qualche anno fa: il consum-attore. Ovvero un soggetto informato che vede, conosce e comprende cosa ci sia dietro le proprie pratiche quotidiane di acquisto e agisce di conseguenza, responsabilmente. Viviamo (più o meno consapevolmente) in un modello di “economia industriale lineare” (cit. Walter R. Stahel). Si estraggono materie prime, le trasformiamo in prodotti che vengono venduti per essere utilizzati fino a che sono utili per poi essere, nella maggior parte dei casi, smaltiti generando rifiuti. E' un sistema basato sull'ottimizzazione della produzione e la creazione di valore aggiunto (che per di più viene tassato come ben sappiamo quando paghiamo l'iva). Ciò che noi vediamo e conosciamo, come consumatori (con una t sola), è solo ciò che accade nel punto vendita dove con un click oppure entrando in un supermercato o in un negozio tradizionale, accediamo ad una infinita gamma di prodotti. Ciò che il consumatore non



sito: www.sos-logistica.org email: segreteria@sos-logistica.org



SOS-LOG opera affinché il consumatore sia sempre più informato sulle proprie pratiche di acquisto e agisca di conseguenza, responsabilmente e con soddisfazione

vede e ignora sono proprio i processi che stanno dietro ai prodotti prima di arrivare al punto di vendita o in caso di commercio elettronico, a casa. Non vede i magazzini, non vede i camion, i treni e i sistemi di trasporto globale ... in poche parole non vede i processi della logistica. Tra le citazioni che più uso in questo ultimo periodo c'è quella di Massimo Marciani, amico e presidente del Freight Leaders Club nonché membro del consiglio scientifico di SOS-LOGistica. Massimo dice: “la logistica è come il wifi di casa. Te ne accorgi che esiste solo quando smette di funzionare”. Mai definizione poteva essere più efficace.

Ignorare questi processi ci espone, come comunità, a molteplici rischi. Aumentano le emissioni di CO2 perché i mezzi viaggiano semivuoti per poter consegnare prima possibile. Aumenta di conseguenza l'incidentalità nelle strade e il tempo perso per la congestione. Aumentano i rifiuti generati dagli imballaggi in plastica accoppiata e difficilmente riciclabile con le città che si scoprono impre-

