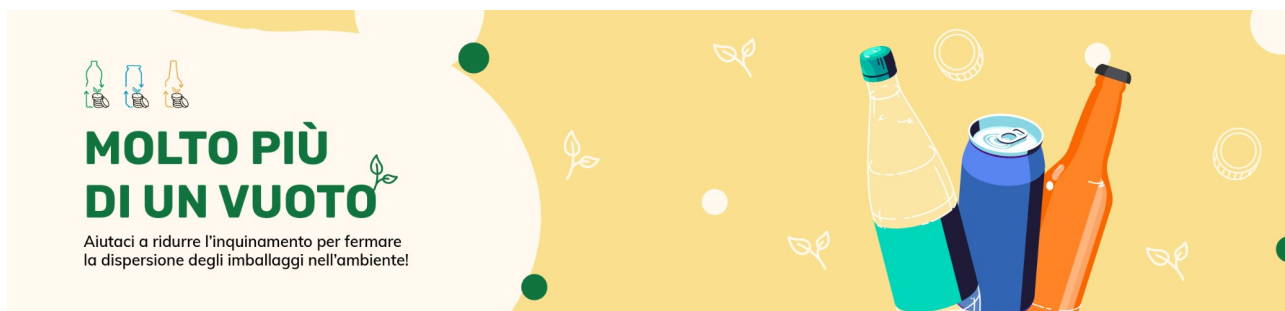




Presentazione della campagna

La campagna **“A Buon Rendere – molto più di un vuoto”** per l'introduzione di un sistema di deposito cauzionale (DRS) in Italia è stata lanciata nel **marzo del 2022** su iniziativa dell'Associazione Comuni Virtuosi insieme ad un nutrito gruppo di [organizzazioni partner](#) allo scopo di favorire la transizione verso un'economia circolare nel settore degli imballaggi.

La campagna si pone come obiettivo l'introduzione di un sistema di raccolta efficiente dei contenitori per bevande, volto a migliorare il sistema di raccolta e riciclo attuale e ridurre sensibilmente l'inquinamento ambientale causato dagli oltre **8 miliardi di contenitori (141 come valore pro capite)** che sfuggono al riciclo e al riuso ogni anno, finendo spesso nell'ambiente. (Fonte: nuova edizione del dashboard di [What we waste](#)).

✓ **A Buon Rendere** nel suo percorso di coinvolgimento di associazioni, movimenti, aziende ed istituzioni si è posizionata come una voce autorevole nel dibattito con l'obiettivo di velocizzare i tempi di approvazione di una legge nazionale sul DRS e fornire allo stesso tempo informazioni affidabili sui benefici di un sistema di deposito cauzionale per tutti gli attori che ne verrebbero coinvolti.

A questo proposito la campagna ha coinvolto i principali stakeholder governativi, istituzionali e imprenditoriali in due eventi:

- A Roma nel giugno 2022, in occasione della [presentazione della campagna](#) e dei sistemi di deposito europei con interventi di relatori nazionali ed esteri;
- A Milano nel giugno del 2023, in occasione del lancio dello studio **“Sistema di deposito cauzionale: quali vantaggi per l'Italia e il riciclo”**. Lo studio analizza costi e benefici derivanti dall'introduzione di un sistema DRS in Italia. Lo studio può essere scaricato sia come [Rapporto Esecutivo](#) (in italiano) che rapporto completo dal titolo: [Unlocking the Benefits of a Deposit Return Scheme in Italy](#) (in inglese). Vale la pena ricordare che si tratta al momento dell'unico studio approfondito sul tema consultabile liberamente.

Inoltre, il 18 maggio 2023, a rappresentanza della coalizione di “A Buon Rendere – molto più di un vuoto”, sono intervenuti Enzo Favoino e Raffaella Giugni di Marevivo ad un'audizione presso la Commissione Attività produttive della Camera nell'ambito dell'esame della proposta di regolamento su imballaggi e rifiuti di imballaggio (PPWR). La memoria tecnica è disponibile [a questo link](#).

✓ Il 9 ottobre del 2024, presso la Sala della Regina della Camera dei Deputati a Roma, si è tenuto il convegno **“Strategie e scenari di sostenibilità alla luce dei nuovi obblighi di legge: il potenziale ruolo del deposito cauzionale”**.

L'evento è stato promosso dal Vicepresidente della Camera, **Sergio Costa**, e ha rappresentato la prima occasione di confronto per i principali soggetti che verrebbero interessati da un futuro sistema di deposito cauzionale per bottiglie e lattine.

✓ Il 19 maggio 2025 la campagna è intervenuta tra i relatori [all'Evento Il ruolo dei distretti nella tradizione allo sviluppo sostenibile](#) in seno al **Festival per lo Sviluppo sostenibile di ASviS** con Enzo Favoino che ha rappresentato la campagna e dialogato con Enrico Giovannini sul tema del Deposito Cauzionale. ASviS e l'ex Ministro Giovannini hanno deciso di sostenere pienamente la campagna e la proposta di introduzione del deposito cauzionale in Italia: durante l'evento è stato presentato il paper di ASVIS ["Il deposito cauzionale, questo sconosciuto. Cosa fare per ridurre la dispersione nell'ambiente di bottiglie di plastica e lattine?"](#) in cui si evidenzia come tale sistema (Deposit Return System – DRS) rappresenti una soluzione semplice ed efficace per rafforzare ulteriormente l'economia circolare, capace di garantire tassi di raccolta superiori al 90%, come già avviene in Paesi europei come la Germania (98%). Infatti, se da un lato l'Italia presenta ottime performance in termini di economia circolare, dall'altra essa è tra i principali responsabili dello sversamento di plastica nel Mediterraneo. Sono infatti [oltre otto miliardi](#) i contenitori di bevande in plastica, vetro e metallo che sfuggono al riciclo ogni anno, dispersi nell'ambiente o smaltiti in inceneritori e discariche. L'intervento di [Enzo Favoino](#) e di [Enrico Giovannini](#).

✓ [Aderiscono alla campagna](#) le principali **ONG nazionali** per la protezione dell'ambiente, degli animali, del paesaggio, dei beni culturali e dei consumatori, oltre che **aziende** del settore delle bevande e diversi **enti locali** tra cui *Torino città metropolitana, i Comuni di Aosta, Andria, Bergamo, Milano, Padova, Terni*, e altri in via di finalizzazione dell'adesione.

✓ Il modello di DRS promosso da **A Buon Rendere** è quello prevalente in Europa [di tipo centralizzato amministrato](#) e [finanziato da un ente no profit](#) composto da produttori di bevande e rivenditori. Si tratta di un modello che prevede una restituzione prevalentemente automatizzata dei contenitori presso i rivenditori (modello *return-to-retail*) e una compensazione economica (attraverso una commissione di gestione) per ogni unità di imballaggio raccolto che copre tutti i costi sostenuti dai rivenditori.

✓ La campagna ha lanciato una petizione a favore di un DRS in Italia vicina alle [23mila firme](#), e commissionato **due sondaggi pubblici** (2022 e 2023) per indagare sulla conoscenza del sistema tra gli italiani e la loro predisposizione alla sua introduzione anche in Italia. Oltre a rilevare che la maggioranza degli italiani è **a favore di un sistema cauzionale** (oltre l'80%) [questo secondo sondaggio](#) aveva come focus la percezione dei cittadini sulla gravità del fenomeno del *littering*, ovvero la dispersione degli imballaggi nell'ambiente. Il lancio del comunicato stampa sui risultati emersi è avvenuto il 22 gennaio 2024.

✓ La campagna ha coinvolto nelle sue attività di comunicazione e di informazione sulle iniziative della campagna e di aggiornamento sulle normative europee di interesse DRS le associazioni imprenditoriali che rappresentano il settore dei produttori di bevande, la distribuzione organizzata e le singole aziende invitandole ad aderire. Ad oggi le adesioni hanno riguardato soprattutto il settore delle Acque minerali con un grande player nazionale come Sant'Anna (vedasi l'intervista al Ceo Alberto Bertone nel documento di AsviS prima citato). Sono in corso interlocuzioni con operatori dei diversi settori coinvolti

✓ **DOCUFILM:** nel novembre del 2023 i coordinatori della campagna *Silvia Ricci* e *Enzo Favoino* sono andati in Slovacchia per vedere come funziona un sistema di deposito cauzionale in un paese europeo e realizzare un documentario destinato al pubblico italiano. [Chiudere il cerchio : alla scoperta del sistema di deposito slovacco](#) , disponibile sul [_canale Youtube della campagna](#) e sul sito alla sezione [Video](#) racconta in 25 minuti come il sistema slovacco nel 2022 sia diventato un punto di riferimento come *best practice* per i paesi europei

che si apprestano a lanciare un DRS e vogliono vedere come è organizzato il sistema, e sentire quali sono stati i risultati raggiunti dalla viva voce dei protagonisti.

Il docufilm include interviste ai rappresentanti del mondo della GDO, dei produttori di bevande, dei produttori di imballaggi, che espongono le motivazioni della loro adesione convinta al sistema, ed i vantaggi conseguenti per le rispettive attività

Il documentario racconta come sia stato possibile raggiungere in **solì due anni** un tasso di raccolta del **92%** e l'effetto positivo che si è avuto sul *littering*, praticamente scomparso così come la presenza di lattine e bottiglie per bevande dal rifiuto indifferenziato. Ma soprattutto spiega come sia stato possibile raggiungere una piena circolarità per gli imballaggi coperti dal sistema grazie alla priorità di accesso ai materiali raccolti da parte dei produttori di bevande. Questa clausola ha fatto sì che il **70%** delle bottiglie e lattine raccolte venissero impiegate nella produzione di nuove bottiglie e lattine, riducendo il consumo di materie vergini. Il trailer è disponibile [a questo link](#) mentre una pillola delle interviste del documentario è disponibile [a qui](#).

✓ La campagna ha coinvolto nelle sue attività di comunicazione e di informazione sulle iniziative della campagna e di aggiornamento sulle normative europee di interesse DRS le associazioni imprenditoriali che rappresentano il settore dei produttori di bevande, la distribuzione organizzata e le singole aziende invitandole ad aderire. Ad oggi le adesioni hanno riguardato soprattutto il settore delle Acque minerali con un grande player nazionale come Sant'Anna (vedasi l'intervista al Ceo Alberto Bertone nel documento di ASviS prima citato).

✓ Per sensibilizzare l'opinione pubblica, nonché tutti i soggetti che giocano un ruolo nella prevenzione del littering, la campagna ha lanciato **ABR Radar** uno strumento di partecipazione attiva pensato per accendere i riflettori sul problema della dispersione nell'ambiente dei rifiuti da contenitori di bevande e raccogliere dati per supportare e promuovere soluzioni politiche.

E' costituito da un'applicazione web per smartphone e PC che consente ai singoli individui, movimenti di cittadini o associazioni di segnalare i contenitori di bevande che incontrano dispersi nell'ambiente, sia quando li **raccolgono** in operazioni di pulizia ambientale (cleanup), che quando sono impossibilitati a farlo.

Leggi l'articolo [sui rilevamenti effettuati sul littering](#) da contenitori per bevande da una cittadina che quotidianamente raccoglie questi rifiuti a Grezzago milanese e dintorni in **otto mesi** del 2024 utilizzando ABR Radar. L'analisi dei quasi **11.500** contenitori dispersi nel littering vede prevalere come materiale la plastica per il **47%**, seguita dall'acciaio delle lattine con un **29%**, dal vetro (**20%**) e dal cartone per liquidi (**4%**). In linea con i risultati dei Brand Audit internazionali i grandi marchi e gruppi leader di mercato sono maggiormente presenti nel littering nostrano, anche se emerge qui una particolarità tutta italiana che è la presenza ai primi posti della classifica del **settore della birra**. Infatti nella classifica dei **5 gruppi top player** figurano il gruppo *Heineken* (che possiede anche *Moretti* e *Ichnusa*), *Coca Cola*, *Ab In* (con i marchi *Tennents*, *Becks* e *Corona*) e il gruppo *San Benedetto*. La classifica dei singoli marchi vede invece al primo posto *Moretti*, seguito da *Red Bull* e *Coca Cola*. A breve renderemo disponibili i dati di un anno di rilevamenti.