

un mese di
canale 5 **energia**

febbraio
2017



AMBIENTE
ALIMENTAZIONE
TURISMO
CONSUMER
DOMOTICA
BIOARCHITETTURA

- 2 FOCUS**
risparmio energetico,
come sceglie il consumatore
- 4** Informare e non tassare, ecco
come far diventare smart l'utente
- 5 CONSUMER**
Sempre più consumatori "precarì"
nella lotta alla fuel poverty
- 7** La casa del futuro è al servizio dell'utente
- 9 CURIOSITÀ**
INFINITYHUB: l'efficienza finanziata
con il crowdfunding
- 10** Dall'America gli imballaggi
per birra biodegradabili
- 11 ALIMENTAZIONE**
Guida alimentare:
valore aggiunto per il packaging
- 12** Pesca sostenibile e responsabile?
È possibile
- 14** La dieta fa bene all'ambiente
- 16 BIOARCHITETTURA**
Culturability, se la cultura promuove
la rigenerazione urbana
- 18 CONSUMER**
Modifica unilaterale del contratto di energia
elettrica: che fare?
- 20 NEWS**
Modelli e costi della raccolta differenziata
in Italia. L'analisi Utilitalia-BAIN
- 21** RSE: 70 cent in bolletta per 250 progetti
di ricerca sul sistema elettrico
- 22 TURISMO SOSTENIBILE**
In Trentino il B&B esempio di sostenibilità
- 24** Nel Regno Unito il primo stadio in legno
- 25** Turismo sostenibile,
l'anello ciclabile del Garda nel Sistema
nazionale delle ciclovie

Editore:
Gruppo Italia Energia S.r.l. socio unico
via Valadier 39 Roma
Tel. 06.87678751

Direttore Responsabile:
Agnese Cecchini

redazione@canaleenergia.com
Ivonne Carpinelli,
Claudia De Amicis,
Antonio Jr Ruggiero

Progettazione grafica:
Paolo Di Censi

Canale Energia è registrato presso
il Tribunale di Roma con il n. 221
del 27 luglio 2012

Pubblicità, Convegni & Eventi:
Camilla Calcioli
c.calcioli@gruppoitaliaenergia.it

Raffaella Landi
r.landi@gruppoitaliaenergia.it

Simona Tomei
s.tomei@gruppoitaliaenergia.it

www.canaleenergia.com

Tutti i diritti sono riservati.
È vietata ogni riproduzione senza
permesso scritto dell'editore

Credit:
www.shutterstock.com



EDITORIALE

il Direttore

Risparmiare rispettando l'ambiente è la formula perfetta che stenta a decollare. Cosa vuole quindi il consumatore? A questo cerca di dare risposta il progetto europeo USmartConsumer, i cui risultati sono stati dibattuti lo scorso 21 febbraio presso la sede del GSE a Roma. Il punto è che, oltre a un consumatore diffidente che si dimostra difficile da informare (anche a causa delle prime ben note azioni di alcuni operatori sul mercato libero), gli stessi stakeholder tecnologici faticano a trovare una quadra tra scelte di standard, interoperabilità, posizioni dominanti e strategie. Quella dei consumi domestici è una guerra che sta proseguendo su diversi fronti e con un dispiego di forze degno del migliore episodio de "Il Signore degli anelli". Alle soglie del 2020, mentre l'Europa fatica a ragionare come un corpo unico, scelte che continuano a prestare il fianco a grandi player fanno sì che davvero ci si chieda a cosa serve tutta questa tecnologia. Ce lo domandiamo dato che non siamo in grado di portare avanti un Paese né di spiegare agli utenti che non "sta chiudendo Enel", come ha esclamato allarmato il mio portiere mentre uscivo per andare a lavoro (e grazie alla stampa generalista), ma è il sistema elettrico che sta cambiando, portando nuove opportunità e nuovi servizi. Dalla telecamera per la sicurezza che certamente immortalerà il nostro ladro nel cloud, a lampadine evolute che potranno diffondere musica e cambiare colore in base alla posizione del nostro cellulare. In tutto questo il risparmio energetico e anche il consumatore alla fine sono gli spettatori marginali, ma gli unici in grado di cambiare le sorti della battaglia.

FOCUS

RISPARMIO ENERGETICO, COME SCEGLIE IL CONSUMATORE

Agnese Cecchini

L'efficienza energetica ha diversi vantaggi di cui tutti gli esperti di settore sono più che a conoscenza: permette di limitare i consumi e le emissioni in atmosfera, riducendo i costi. In pratica consente di risparmiare e soprattutto di rilanciare l'industria dell'edilizia sia nel "restauro" del vecchio, vero patrimonio immobiliare e ambientale, che nell'innovazione nelle nuove costruzioni.

Questa visione paradisiaca si scontra con un insospettato protagonista: il consumatore. È qui infatti che la catena del valore dell'efficienza energetica subisce un inspiegabile arresto. Eppure gli ingredienti ci sono tutti: risparmio, sostenibilità e anche un aspetto fashion che non guasta.

Dove si interrompe la catena virtuosa? Chiarezza e semplicità dell'informazione sembrano essere i tasti dolenti, ma anche la difficoltà a instaurare un rapporto di fiducia che contribuisce a rendere complesso un passaggio di informazioni anche tra le più banali.

Usare la bolletta come strumento di informazioni ha un'efficacia limitata. Lo dimostra lo studio effettuato sul campo nel corso del progetto USmartConsumer, in cui su un campione di famiglie solo l'intervento formativo indiretto attraverso le associazioni di consumatori (formate a loro volta dagli esperti del settore) ha fatto sì di riuscire a influenzare in modo significativo i comportamenti di consumo. I dati, divulgati da **Francisco Puente di Escan** (società capofila del progetto USmartConsumer che ha curato questa parte della indagine lo scorso 21 febbraio nel corso del convegno "Il consumatore europeo come è e come sarà" a Roma presso il GSE), parlano chiaro: il 60% degli utenti ora considera uno strumento utile la piattaforma informativa digitale messa a disposizione per il progetto, l'89% la considera attrattiva e il 55% ha cambiato il proprio compor-

tamento. Non solo il 49% degli utenti coinvolti ha installato tecnologie di efficienza energetica e il 34% ha modificato il proprio comportamento di consumo.

A seguito della sperimentazione nell'area pilota si è ottenuta una riduzione dei consumi del 5%, dato decisamente non banale. Quindi, a conti fatti gli utenti possono e vogliono spendere di meno nei loro consumi, ma necessitano di una formazione chiara e capillare.

Ci aspettiamo che a seguito di queste sperimentazioni il piano dell'Autorità dell'Energia volto a formare e informare il cittadino colga gli spunti necessari per comunicare con chiarezza semplici parametri di valutazione dei consumi e buone pratiche.



INFORMARE E NON TASSARE, ECCO COME FAR DIVENTARE SMART L'UTENTE

— A.C.

La bolletta dell'energia è percepita come una tassa più che come uno strumento di informazione sui propri consumi, ed è così per tutta Europa. Questo è quanto emerge dall'indagine svolta su 10 paesi campione in UE a seguito del progetto Europe USmartConsumer.

I dati (divulgati lo scorso 21 febbraio nel corso del convegno "Il consumatore europeo come è e come sarà") disegnano un mercato in cui il cliente finale non ha ancora piena conoscenza degli strumenti in suo possesso per controllare ed evitare consumi in eccesso nelle sue abitazioni, mentre è sensibile agli aspetti green ed è interessato a implementare servizi aggiuntivi tipici della casa intelligente, anche se a conti fatti sembra non collegare ai propri consumi energetici questi aspetti molto più affascinanti e di design.

I produttori di tecnologie intanto si muovono sconcertati nel mercato. Di fatto, ad oggi, i servizi più venduti relativamente alle case intelligenti riguardano soprattutto device volti all'implementazione della sicurezza o strumenti di design che non necessariamente rispondono a esigenze di prima necessità.

Parliamo quindi di uno sviluppo del settore verso l'assistenza alla terza età o a giovani e giovanissimi.

Per il resto la "signora Maria" non è più sola, rappresenta circa il 30% degli intervistati nel panel europeo. Dunque, come convincere il consumatore a diventare Smart?

"Il lavoro da fare è decisamente one to one" come evidenzia Francisco Puente di Escan, società capofila del progetto USmartConsumer con l'esperienza del pilota realizzato a Barcellona nel contesto del progetto europeo. I dati parlano chiaro, la piattaforma preparata per seguire i consumi in efficienza energetica domestica non riceve attenzione dai consumatori finché non viene introdotta e spiegata con chiarezza, possibilmente anche da un operatore delle associazioni dei consumatori e, tramite loro, i singoli individui coinvolti.



SEMPRE PIÙ CONSUMATORI "PRECARI" NELLA LOTTA ALLA FUEL POVERTY

Ivonne Carpinelli

Sono circa 4,5 mln gli italiani che versano in condizioni di povertà assoluta anche, e soprattutto, a causa dell'accesso all'energia. In altre parole, non possono usare una quantità di energia sufficiente a svolgere le attività quotidiane più elementari. Per questo "stiamo pensando a un gruppo di coordinamento presso il Ministero dello Sviluppo economico che raccolga le indicazioni degli studiosi per elaborare strumenti efficaci per combattere la povertà energetica". L'ha affermato ieri Teresa Bellanova, Viceministro allo Sviluppo, in occasione dell'evento di presentazione a Roma del primo rapporto "Fuel poverty ed efficienza energetica" realizzato da Federesco, Federconsumatori, Unione Nazionale Consumatori e AiCARR.

Il tema della nuova povertà, legato alla crisi degli ultimi anni, "ha incluso fasce economiche che non ci si aspettava", ha proseguito la Bellanova. La sfida politica di oggi è di "affermare uno sviluppo vero che non lasci indietro nessuno" e di spingere un "efficiente funzionamento dei mercati" che siano "sufficientemente liquidi per garantire la concorrenza ed evitare situazioni di monopolio". E all'efficienza dei mercati si affianca il tema del risparmio energetico consentito dalle nuove tecnologie: "Nella Legge di Bilancio

dello scorso dicembre ci sono diversi interventi per l'efficienza dei condomini e delle case popolari. Saranno il motore di equità sociale e sviluppo del Paese", ha proseguito la Bellanova.

"Clima ed energia sono due ambiti oggi fortemente correlati", ha affermato Livio De Santoli, Delegato per l'energia alla Sapienza e Presidente di AiCARR. C'è bisogno di un "cambio di paradigma" poiché oggi il quadro composto da "bassi redditi, basse performance degli edifici e costi dell'energia più alti del 20/30% in Italia per gli utenti finali" richiede che "i costi ambientali vengano introdotti nei business plan delle aziende".

L'efficienza energetica in questo contesto diventa la via principe per contrastare la povertà energetica. Ma perché il singolo consumatore possa fare efficienza deve avere a disposizione degli strumenti adatti. Tra le proposte contenute nel documento: la creazione di un osservatorio nazionale di monitoraggio e di un organismo italiano di lotta alla fuel poverty; più informazione sul bonus sociale, strumento ad oggi sottoutilizzato a causa degli ostacoli burocratici e della ritrosia delle famiglie a classificarsi come soggetti bisognosi; l'istituzione di un fondo sociale CDP da usare per interventi legati all'efficienza

febbraio 2017

energetica; e la nascita della figura professionale del mediatore socio-energetico come stimolo all'occupazione.

"Dobbiamo portare indietro le lancette fiscali con la rigenerazione urbana", ha affermato Vincenzo Gibiino, Presidente Osservatorio parlamentare sul mercato immobiliare. Oggi le "rigenerazioni urbane autorizzate a Roma sono 7" e bisogna trovare la ricetta per affrontare un mercato fortemente parcellizzato e la ritrosia delle banche a finanziare interventi di questo tipo.

Il consumatore, che più di tutti potrebbe trarre un vantaggio nel proprio bilancio domestico at-

tuando semplici regole di attenzione ai consumi e implementando alcune tecnologie, è anche il soggetto più difficile da coinvolgere in attività di formazione e informazione legate al risparmio energetico.

Si parlerà di questo e altro nell'evento "Il consumatore di elettricità in Europa, com'è e come sarà" promosso il 21 febbraio al GSE a Roma da Aisfor in collaborazione con Canale Energia, Codici e Unione nazionale consumatori.



LA CASA DEL FUTURO È AL SERVIZIO DELL'UTENTE

Monica Giambersio

"It's not business to geek it's business to consumer". Non è un business rivolto ai tecnici del settore, ma è un'offerta di soluzioni che mette al centro il consumatore cercando di coniugare "l'innovazione tecnologica delle soluzioni più avanzate" con un design che favorisca prima di tutto la facilità d'uso. Così Lionel Guicherd-Calvin, Head of product marketing di Nest, azienda americana specializzata nel settore della connected home, spiega la filosofia che contraddistingue il gruppo. L'occasione è la presentazione tenutasi questa mattina a Milano dei prodotti del gruppo per la casa intelligente, soluzioni che l'azienda renderà disponibili sul mercato italiano dopo il lancio ufficiale previsto per il prossimo 15 febbraio. Un'operazione che si svolge in concomitanza con l'ingresso nei mercati di Austria, Germania e Spagna e porterà Nest, come ha spiegato il general Manager del gruppo per l'Europa Lionel Paillet, a "raddoppiare" la presenza nel Vecchio Continente.

La casa intelligente a servizio del consumatore

La filosofia del gruppo è quella di permettere all'utente di comunicare in maniera efficace con la casa, attraverso delle soluzioni che permetta-





no di interagire in modo chiaro e immediato con i dispositivi per poterne poi modulare il funzionamento in base alle reali necessità, il tutto in un'ottica di risparmio energetico. In altre parole si tratta, come ha spiegato Guicherd-Callin, di un approccio secondo cui "la semplicità è l'essenza", il perno attorno a cui far ruotare la progettazione delle tecnologie in un contesto che pone l'utente in un ruolo centrale.

Nel corso della mattinata sono stati presentati i prodotti che saranno disponibili sul mercato italiano (variano da Paese a Paese). In particolare da noi si potranno acquistare il termostato Nest Learning Thermostat di terza generazione e le due videocamere intelligenti Nest Cam Outdoor e Nest Cam Indoor. Il termostato, ha spiegato nel corso della mattinata Guicherd-Callin è in grado di apprendere la temperatura preferita dagli abitanti della casa, calcolare quanto tempo è necessario

a raggiungere quella temperatura e poi programarsi in maniera autonoma spegnendosi automaticamente quando non c'è nessuno in casa. Nest cam outdoor ha tra le varie funzioni anche quella di essere controllabile da smartphone, mentre la sua gemella indoor invia avvisi quando rileva movimenti o suoni nell'abitazione.

Le partnership

L'ingresso sul mercato italiano è avvenuto attraverso una serie di partnership con società dei settori retail, telecomunicazioni, assicurazioni ed energia tra cui Amazon, Media World, ePRICE, ENGIE Italia e Wind. L'idea è quella di collaborare nei prossimi mesi con le aziende partner locali (questo in tutti i Paesi dove il marchio è presente) in modo da creare offerte mirate per i clienti condivisi.

INFINITYHUB: L'EFFICIENZA FINANZIATA CON IL CROWDFUNDING

Redazione

Un nuovo modo di fare efficienza ha bisogno di un innovativo strumento di finanziamento. INFINITYHUB, l'hub per la diffusione dell'efficientamento energetico nato nell'incubatore Progetto Manifattura di Rovereto, ha raggiunto l'obiettivo di 100.000 euro posto sulla piattaforma di equity crowdfunding WeAreStarting.

Analisi per i cittadini e catasto per la PA

L'iniziativa vuole fornire ai cittadini un'analisi gratuita dei propri consumi energetici per poi vagliare i margini di miglioramento attraverso una soluzione integrata di tecnologie e prodotti. In più, lato PA, vuole offrire ai comuni un "catasto energetico" per una riqualificazione del patrimonio immobiliare cittadino.

Sono 30 gli investitori che hanno comprato le quote della società: per il 67% piccole aziende della green economy e start up e per il 33% cittadini. L'obiettivo di 100.000 euro è rappresentativo del 10% del capitale sociale. Prossimamente verrà lanciata una nuova raccolta fondi nei territori di Umbria, Trentino Alto-Adige, Emilia-Romagna e Lombardia, dove la prima campagna ha ottenuto il maggior successo.



I passi successivi del progetto

(Y)HUB, come viene chiamato il progetto, prevede ora l'avvio di un "censimento eco-dinamico" per raccogliere informazioni relative ai consumi energetici di ogni famiglia/abitazione e allo stato dell'immobile. Successivamente verrà redatta una "relazione eco-dinamica" che conterrà alcune proposte delle azioni da implementare per rendere energeticamente autonomo l'edificio. In seguito, su richiesta del proprietario e con il supporto di professionisti e imprese locali, saranno dimensionati gli interventi specifici per l'immobile. I quali saranno finanziati al 100% dalle banche locali



DALL'AMERICA GLI IMBALLAGGI PER BIRRA BIODEGRADABILI

Redazione

Nei gesti quotidiani legati all'igiene personale e alla cosmesi si nascondono delle insidie. I prodotti detergenti o cosmetici contengono microplastiche, che vanno dai 5 mm a dimensioni infinitesimali. Queste filtrano attraverso i depuratori idrici e raggiungono il mare diventando il cibo dei pesci: circa il 70% degli uccelli marini e l'80% delle tartarughe si nutrono di plastica e 1 mln di uccelli e 100 mila mammiferi marini e tartarughe marine muoiono ogni anno (dati Greenpeace). I pesci che sopravvivono arrivano sulle nostre tavole.

Scarti di grano e orzo per imballaggi eco-compatible

La fabbrica di birra della Florida Saltwater Brewery ha deciso di lottare contro questo circolo poco virtuoso di plastiche e microplastiche realizzando confezioni di 6 lattine con

anelli biodegradabili e commestibili. Gli anelli sfruttano gli scarti di grano e orzo derivanti dalla produzione della birra e, una volta entrati in contatto con l'acqua o la sabbia (a seconda di dove vengono abbandonati), iniziano a disintegrarsi nell'arco di due ore. Il processo di scioglimento termina nell'arco di tre mesi al massimo.

Nel 2017 l'impianto di produzione

Entro il 2017 la Saltwater Brewery insieme a una strat up di giovani ingegneri del Messico costruirà un impianto di produzione centralizzata. Diverse le aziende che hanno palesato interesse per il progetto, inclusa la Carlsberg. Il lotto di prodotto iniziale avrà un costo stimato di circa 25 cent per unità, 10 in più dell'imballaggio tradizionale.

GUIDA ALIMENTARE: VALORE AGGIUNTO PER IL PACKAGING

Redazione

Apporre una guida alimentare sugli imballaggi offre una bussola al consumatore per orientarsi tra etichette ingannevoli, immagini accattivanti che inducono a sovrastimare le porzioni da assumere e notizie sull'obesità. Ed è la risposta alla maggiore attenzione dei consumatori all'apporto calorico di ciò che acquistano, anche alla luce di una crescente frequenza di disturbi legati alla cattiva alimentazione.

Tra obblighi normativi e sperimentazione delle aziende

Come sottolinea l'Asia Pulp & Paper Group, il settore degli imballaggi avrà un peso sempre maggiore a livello globale: la stima dell'esperto in ricerche di mercato Smithers Pira, commissionata dal gruppo, parla di 40 mld di dollari di fatturato nel mondo per il solo comparto ristorazione e 2.040 mld di confezioni entro la fine del 2017.

Se da un lato ci sono norme che impongono trasparenza e chiarezza verso il consumatore - ad

esempio, quella entrata in vigore in UE sulle nuove regole obbligatorie per l'etichettatura del cibo pre-confezionato - dall'altro le imprese fanno innovazione precorrendo i tempi. E diventano ambasciatori verso altri brand, ad esempio, adottando ingredienti considerati meno dannosi per la salute o vendendo confezioni in grado di resistere alle alte temperature senza il rischio di reazioni chimiche dannose.

L'attenzione alla fidelizzazione e all'abbattimento dei costi

Occorre, però, valicare due ostacoli per garantire il successo del binomio packing-attenzione alla salute e alimentazione: da un lato, il prezzo è un fattore critico per il branding dei prodotti alimentari e si potrebbe mantenere le dimensioni del packaging inserendo consigli alimentari e suggerimenti per assicurare i consumatori. Dall'altro, per non perdere i clienti più affezionati ma attirare una nuova fetta di mercato, le aziende potrebbero ampliare la propria offerta con prodotti considerati più sani.

PESCA SOSTENIBILE E RESPONSABILE? È POSSIBILE

I mari sono vuoti, gli allarmismi si moltiplicano e il messaggio è lo stesso da anni: in alcune zone del nostro Paese e del nostro continente non si pesca quasi più niente

Stefano Pepe, Segretario Generale dell'Unione Cuochi del Veneto-FIC

Chi non ricorda la nuova politica comune della pesca promossa dalla Commissione UE ed entrata in vigore nel 2015 per tutelare tutte le specie a rischio? Questa ha comportato l'iniziale sparizione dalle tavole italiane di seppioline, calamaretti "spillo", telline, cannicchi (cappelunghe), vongole volgari, bianchetti e latterini, tra le più pregiate golosità della tradizione ittica della nostra cultura gastronomica marinara. Duro colpo, quindi, per il "business" della nostra pesca, già logoro e messo in difficoltà dalle varie emergenze. Cosa ci ha condotto a questa situazione?

È presto detto: l'attività di prelievo delle risorse marine (in questo caso di pesci, crostacei e molluschi) si delinea come sfruttamento di una risorsa "rinnovabile", cioè in grado di "ripristinarsi" nel tempo purché ve ne siano le condizioni: la quantità prelevata non deve intaccare quella rimasta, in modo da garantire la riproduzione della specie, e non bisogna esporla al rischio di estinzione. In pratica, si tratta di pescare annualmente un numero di "individui" simile a quello dei nuovi nati, così da avere un sostanziale pareggio. Per ottenere ciò è ne-

cessario che una quantità sufficiente di "adulti" possa riprodursi, altrimenti non vi saranno nuovi nati sufficienti per rimpiazzare le perdite.

Bisogna dire che ogni tipo di sfruttamento, anche minimo, produce un disturbo sulla popolazione, in questo caso marina, alterandone gli equilibri. Con una pesca forsennata dedita al profitto e con la sempre maggiore richiesta sul mercato di un prodotto di pregio, intere specie sono a rischio di estinzione. E questa situazione provoca, a detta di numerosi studiosi, anche seri problemi di equilibrio nell'ecosistema.

Inoltre, nessuno è riuscito a stabilire né a prevedere il livello di "sfruttamento sostenibile" a vantaggio dell'intero "sistema-pesca": interessi economici, indotto degli investimenti del settore, forza lavoro e, fattore più importante, l'ecosistema faunistico marino.

Da stime di mercato, ogni anno si catturano nel mondo quasi 80 milioni di tonnellate di pesci, molluschi e crostacei. Una quantità enorme che nell'ultimo decennio si è raggiunta con sempre maggiori difficoltà e andando

a intaccare la popolazione non ancora adulta (sottomisura).

Da stime di mercato, ogni anno si catturano nel mondo quasi 80 milioni di tonnellate di pesci, molluschi e crostacei. Una quantità enorme che nell'ultimo decennio si è raggiunta con sempre maggiori difficoltà e andando a intaccare la popolazione non ancora adulta (sottomisura).

Oggi ci troviamo in una situazione grave in cui appelli e allarmismi sono opposti gli uni agli altri: da un lato, scienziati e ambientalisti arrivano a bandire intere liste di prodotti da evitare, perché derivanti da specie a elevato rischio di estinzione. Dall'altro, l'industria ittica e i pescatori richiedono regole meno restrittive, così da riuscire a mantenere un adeguato livello di catture, di occupazione e di guadagno.

Dovremo muoverci tutti verso un'unica direzione

e prendere decisioni importanti, conformi a una serie di regole fisse riconducibili a poche e semplici norme:

- solo pesce maturo;
- no specie in pericolo;
- solo pescherecci registrati e autorizzati (dunque non abusivi);
- pesca in mari e oceani con stock non sovra sfruttati;
- metodi di pesca selettivi.

Tutto ciò renderebbe possibile uno sfruttamento della risorsa senza mettere a rischio la sopravvivenza di nessuna specie. Il patrimonio ittico va tutelato nella sua biodiversità, per noi tutti oggi e per le generazioni future. Occorre assolutamente condividere equamente un bene che offre ancora le sue risorse, al di là di ogni fazione, piuttosto che tentare di accaparrarsi, in un futuro oramai prossimo, le ultime briciole rimaste.





LA DIETA FA BENE ALL'AMBIENTE

— Agnese Cecchini

Nel mondo 1,3 mld di ton di cibo va sprecato ogni anno, per un valore di oltre 2.000 mld di euro (dati FAO), e 1/3 della produzione alimentare mondiale finisce nella spazzatura. Cosa accadrebbe se riuscissimo a evitare o ridurre quasi totalmente questo spreco?

Dalla produzione alla distribuzione fino al frigorifero, lo spreco alimentare lungo l'intera filiera è centrale nella campagna di attenzione a clima e ambiente e coinvolge tutti noi. "La maggior parte dello spreco della filiera è ad opera proprio del consumatore", spiega a Canale Energia Massimiliano Dona, Segretario Generale Unione nazionale consumatori (UNC). L'associazione ha avviato insieme a Federalimentare, capofila, Federdistribuzione e Fondazione Banco Alimentare Onlus il progetto LIFE-Food.Waste.StandUp. L'iniziativa è cofinanziata dalla Commissione europea nell'ambito del programma per l'ambiente e l'azione per il clima (LIFE 2014-2020) e si focalizza su

prevenzione e riduzione dello spreco alimentare e su recupero delle eccedenze, tema di rilevanza sociale e ambientale.

Ogni soggetto coinvolto ha il compito di ottimizzare e migliorare l'efficienza. All'UNC il compito di parlare e formare il consumatore sulle scelte di acquisto, sul consumo eccessivo o sullo scarso riutilizzo di rifiuti e rimanenze.

Educare a consumare meglio per spendere meno

"Parte di questi comportamenti già all'atto dell'acquisto possono essere corretti", sottolinea Dona annunciando come parte delle attività che vedono coinvolta l'UNC sarà realizzata proprio nei punti vendita. Lo spazio più importante dell'iniziativa riguarda le informazioni di riutilizzo e conservazione delle rimanenze: "Su questo aspetto attendiamo un interessante

margine di miglioramento, anche più performante degli altri soggetti coinvolti", spiega Dona. "Questo perché a differenza dei player industriali della filiera, tra cui c'è un'attenzione consolidata verso l'efficienza di processo dovuta al business, i consumatori non hanno una conoscenza dell'impatto di tali attenzioni anche in termini di costo. I primi test effettuati sul campo ci hanno già dato interessanti riscontri. D'altronde la crisi ci ha insegnato a consumare meno e noi vogliamo spiegare come consumare, acquistare e gestire meglio la risorsa cibo, sia per le nostre tasche che per l'ambiente".

Lo scenario dei consumi

Ogni anno in Italia vengono sprecati alimenti per un valore di circa 12,6 mld di euro (dati ricerca Surplus Food Management Against Food Waste) equivalenti all'immissione in atmosfera di 24,5 mln di ton di carbonio. Il nostro Paese si attesta a metà della media europea: chi spreca di più è l'Olanda, chi meno la Grecia.

I numeri del progetto LIFE-Food.Waste.StandUp

Il progetto LIFE-Food.Waste.StandUp intende contribuire e influenzare favorevolmente un processo già in corso che è stato stimolato anche dall'approvazione della legge 166/2016 sugli sprechi alimentari in vigore dal 14 settembre dello scorso anno.

L'iniziativa mira a coinvolgere circa 20.000 imprese italiane agroalimentari, 12.000 punti vendita (diretti e in franchising) e 500.000 consumatori nella campagna di sensibilizzazione anti spreco alimentare. Inoltre, punta a: diffondere informazioni e modelli per la gestione delle eccedenze alimentari tra circa 200.000 imprese alimentari europee e formare almeno 200 aziende agroalimentari e 65 rappresentanti della grande distribuzione organizzata (GDO) sulle procedure di donazione e di gestione delle eccedenze alimentari. Inoltre, saranno attivati 59 infopoint per i consumatori in altrettante città di 15 regioni italiane per dare informazioni sulle pratiche anti spreco. L'inizio delle campagne informative è previsto per gennaio 2017.



CULTURABILITY, SE LA CULTURA PROMUOVE LA RIGENERAZIONE URBANA

— Monica Giambersio

Puntare sulla cultura per promuovere lo sviluppo sostenibile di progetti legati alla riqualificazione urbana. Il tutto in un contesto che privilegia la costruzione di reti di collaborazione tra diversi soggetti e la valorizzazione del territorio. È questo il focus del bando Culturability 2017 che intende sostenere progetti innovativi volti al recupero e alla "rivitalizzazione" di spazi dismessi come edifici e aree abbandonati. L'iniziativa - promossa dalla fondazione Unipolis con la collaborazione della Direzione Generale Arte e Architettura e Periferie Urbane (DG AAP) del Ministero dei Beni culturali e con la partnership tra Avanzi/Make a Cube3 e Fondazione Fitzcarraldo - declina il tema della sostenibilità in tutte le sue accezioni: da quella economica e sociale, l'aspetto cardine, a quella ambientale. Tutti settori che risultano compenetrati

tra loro e trovano un elemento comune nella volontà di mettere al centro le persone, in un processo che parte "dal basso".

L'idea del progetto

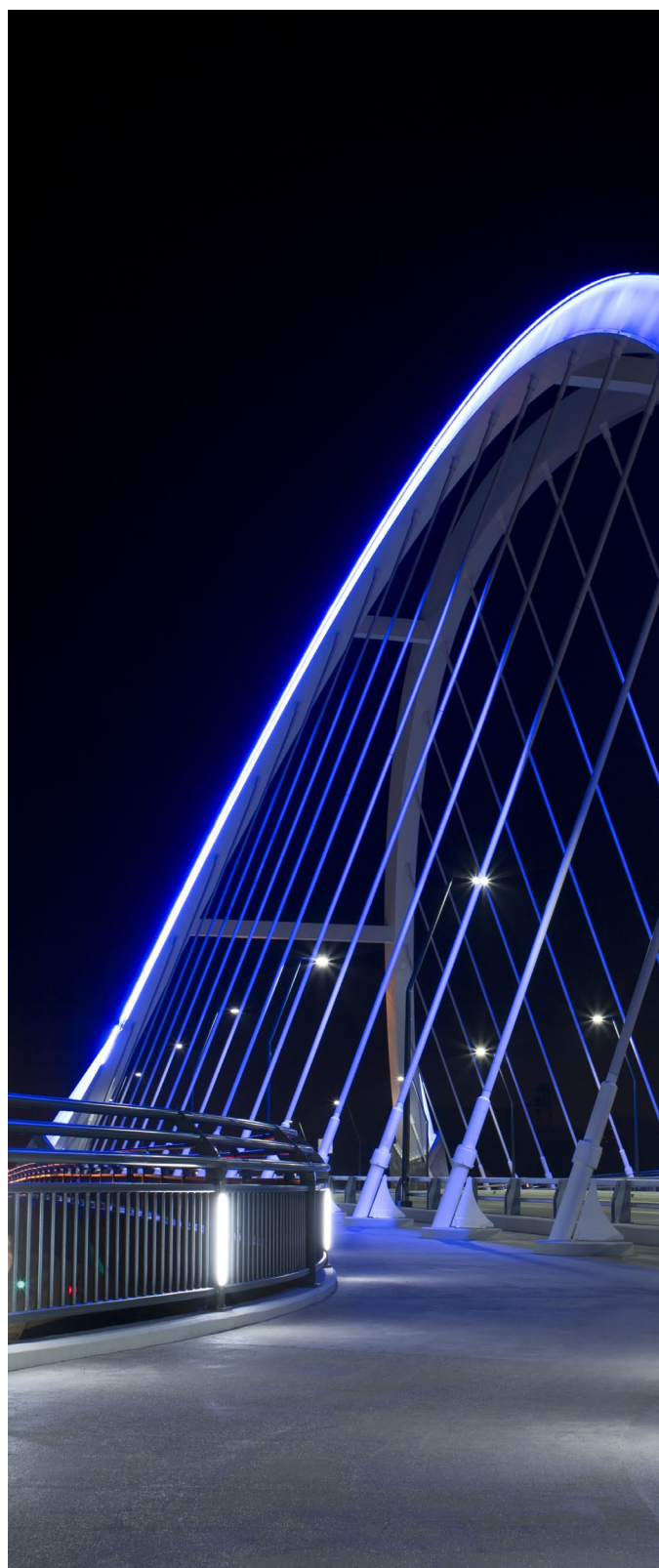
"L'idea è quella di sostenere delle progettualità dove non ci sono singoli individui. Culturability non è un bando per solitari - ha sottolineato Roberta Franceschinelli, Responsabile del progetto in occasione della presentazione dell'iniziativa a Milano - cerchiamo di dare spazio a progetti presentati da reti, network di realtà differenti fra di loro, che sono in grado di avviare partnership pubblico/privato, di costruire reti territoriali, reti online e di avviare percorsi comunitari di coprogettazione dove il cittadino sia al centro".

In particolare il bando - aperto fino al prossimo 13 aprile - è rivolto a organizzazioni sociali,

imprese, cooperative culturali e team informali composti in prevalenza da under 35, che potranno proporre i loro progetti sul sito dedicato a Culturability. Da tutte le proposte pervenute verrà selezionata una rosa di 15 iniziative che verranno inserite in un percorso di formazione previsto tra giugno e luglio. Alla fine di questo periodo si terrà un'ulteriore selezione e i 5 finalisti otterranno 50 mila euro ciascuno e andranno avanti nel percorso di accompagnamento e mentoring.

Riqualificazione urbana e ambiente

A chiudere la mattinata il dibattito "Cultura e inclusione sociale. La sfida della rigenerazione urbana". Tra i temi emersi l'enorme potenziale legato all'industria creativa come fattore di sviluppo economico, l'importanza di una proficua collaborazione tra pubblico e privato e l'importanza di progetti come Culturability che possono porre le basi per un vero e proprio movimento "dal basso" (ovvero dal territorio) di innovazione sociale a base culturale. A far da sfondo al dibattito il forte connubio tra aspetti di sostenibilità sociale e ambientale, un elemento ormai imprescindibile nell'approccio progettuale alla realtà urbana. L'ingrediente della sostenibilità ambientale - ha spiegato l'Architetto Mario Cucinella - è profondamente legato a questi progetti di iniziativa sociale: "La sostenibilità non è solo un fatto legato all'ambito tecnico-energetico, ma esprime anche quei valori sociali che creano opportunità".



MODIFICA UNILATERALE DEL CONTRATTO DI ENERGIA ELETTRICA: CHE FARE?

Hai ricevuto una proposta di modifica unilaterale del contratto di energia elettrica o gas? Puoi accettare o rifiutare: scopri subito come fare

— Marianna Palumbo

Hai faticato tanto per trovare l'offerta luce più adatta alle tue esigenze ed ecco che, improvvisamente, ti arriva la cosiddetta proposta di modifica unilaterale del contratto di energia elettrica da parte del tuo fornitore. In parole semplici, si tratta di una comunicazione attraverso la quale il tuo operatore energetico ti avvisa dell'intenzione di modificare le condizioni dell'offerta che hai attivato, solitamente in peggio.

Come comportarsi? Innanzitutto prenditi un po' di tempo per capire se le nuove condizioni siano ancora vantaggiose o meno: in quest'ultimo caso è il momento di rimettersi a confrontare le offerte luce dei principali operatori energetici e cambiare fornitore, cosa che potrai fare senza costi a tuo carico.

Proposta di modifica unilaterale del contratto di energia elettrica: come avviene?

La proposta di modifica unilaterale del contratto si ha quando il tuo operatore luce o gas vuole cambiare le condizioni economiche stipulate in precedenza. Si chiama 'unilaterale' proprio perché è solo una delle due parti coinvolte nel contratto a voler effettuare tale modifica.

L'altra parte ha ovviamente tutto il diritto di rifiutare la proposta e cambiare fornitore, ma di questo ci occuperemo più avanti.

La comunicazione di modifica unilaterale deve contenere in modo chiaro ed esplicito tutti i seguenti elementi:

- dettagli sulle nuove condizioni economiche proposte;
- gli effetti della variazione;
- la data dalla quale sarà effettiva la modifica;
- le modalità con cui il cliente può recedere senza costi dall'offerta, nel caso in cui non dovesse ritenere soddisfacenti le nuove condizioni.

La proposta di modifica unilaterale ti arriverà tramite comunicazione scritta, per posta tradizionale oppure via e-mail, a seconda delle modalità di contatto previste. L'operatore è tenuto a inviarti questa comunicazione con almeno 3 mesi di preavviso rispetto al momento in cui la modifica diventerà effettiva.

Solitamente, la proposta di modifica unilaterale viene inviata in concomitanza con la scaden-

za delle condizioni contrattuali concordate: è il caso, ad esempio, delle offerte a prezzo bloccato per 1 o 2 anni, periodo dopo il quale le condizioni vengono ridefinite.

Ho ricevuto una proposta di modifica unilaterale: come mi comporto?

Se ricevi una proposta di variazione del contratto luce e gas, la prima cosa che devi fare è capire se le nuove condizioni potrebbero essere comunque vantaggiose in base alle tue esigenze. La cosa migliore è quindi procedere a un nuovo confronto delle offerte luce e gas presenti sul mercato, magari aiutandoti con un comparatore online per velocizzare l'operazione.

A questo punto gli scenari possibili sono due. Se l'offerta fosse comunque vantaggiosa, anche con le modifiche proposte dal tuo fornitore, non dovrai fare assolutamente nulla. Vale infatti la regola del silenzio-assenso: se non rifiuti la proposta in forma scritta, questa si intenderà accettata.



Se invece le nuove condizioni non fossero soddisfacenti, potrai rifiutare la proposta e recedere dal contratto senza alcun costo a tuo carico. Per farlo ti basterà seguire le istruzioni riportate nella stessa proposta di modifica. Solitamente hai tempo 30 giorni dalla ricezione della comunicazione per inviare all'operatore una raccomandata a/r dove esprimi esplicitamente la tua volontà di recedere dall'offerta.



International SAP Conference for Utilities

28-30 March, 2017, Lisbon, Portugal



MODELLI E COSTI DELLA RACCOLTA DIFFERENZIATA IN ITALIA. L'ANALISI UTILITALIA-BAIN

Redazione

I modelli della raccolta differenziata individuati in Italia sono 5 e si dividono tra leggero (plastica-metalli e carta-plastica-metalli), che incide per il 47%, e pesante (vetro-metalli, vetro-plastica-metalli, carta-vetro-plastica-metalli), che prevale con il 53%. I metodi più diffusi sono plastica-metalli (42%), vetro-plastica-metalli (25%), vetro-metalli (23%). Se si considera il singolo materiale prevalente: per il vetro il modello vetro-metalli (23%), per la plastica il plastica-metalli (62%), per i metalli il plastica-metalli (36%).

L'analisi Utilitalia e BAIN

Questi alcuni dei risultati dello studio Analisi costi raccolta differenziata multimateriale presentato oggi a Roma. Promosso da Utilitalia e realizzato da BAIN, il rapporto è stato condotto su un campione del 24% della popolazione italiana e si è concentrato sui diversi costi sostenuti dalle imprese sulla base delle combinazioni e modalità di raccolta (stradale e/o domiciliare).

“Non c'è un unico modo di fare le cose – ha commentato in nota stampa il Vicepresidente di Utilitalia, Filippo Brandolini – ci sono delle variabili che cambiano in base alle caratteristiche del territorio, della popolazione, della stagionalità. Le aziende,

in generale, sono attente a tutti i modelli che si stanno sviluppando perché soltanto da un'analisi comparata di dati effettivi, riscontrabili e statisticamente rappresentativi, si riescono a fare scelte di efficienza industriale e di riduzione dei costi di gestione”. Difatti se in una città come Venezia i rifiuti vengono raccolti in barca tramite attraversando i canali fluviali, a Rimini i volumi degli scarti risentono della stagione turistica e nelle città d'arte ci sono dei limiti importi alla raccolta in base alla tutela del patrimonio architettonico e artistico.

Le modalità di raccolta multimateriale, porta a porta e stradale



L'analisi rileva come sia la modalità multimateriale, adottata dal 94% delle imprese italiane con un costo di 185 euro a ton, a essere sfruttata per la raccolta del 30% dei rifiuti, pari a 1,9 mln di ton l'anno (6% della produzione totale dei rifiuti urbani) su 6,3 mln di ton generate complessivamente. Più conveniente rispetto a quella monomateriale.

Il modello porta a porta, che nel 56% dei casi è multimateriale leggero, supera di poco la raccol-

ta stradale, che nel 60% dei casi è multimateriale pesante, con 51% contro 49%. A livello di costi, il porta a porta costa di più con una differenziale che ammonta al 30-40%, anche se i costi sono assorbiti dal trattamento industriale successivo che si concentra su un'unica tipologia.

Ponendo l'attenzione sui singoli materiali sono state raccolte nell'ultimo anno: 119 mila ton di carta e cartone; oltre 839 mila ton di vetro; oltre 132 mila ton di metalli.

RSE: 70 CENT IN BOLLETTA PER 250 PROGETTI DI RICERCA SUL SISTEMA ELETTRICO

Redazione

Tra il 2006 e il 2014 con 70 cent di euro l'anno prelevati in bolletta tramite la componente A5 della tariffa elettrica le famiglie italiane hanno finanziato oltre 250 progetti di ricerca che guardano alla smart city, all'efficienza energetica, al cambiamento climatico e alla domotica.

Lo studio della Ricerca di Sistema

I numeri sono il frutto dello studio pluriennale della Ricerca di Sistema, finanziata da un fondo istituito presso la Cassa per i servizi energetici e ambientali (CSEA) in cui confluisce, appunto, il gettito della componente A5 della tariffa elettrica. E sono stati presentati stamane a Roma nella seconda edizione del convegno "Diffusione dei risultati e prospettive della Ricerca del Sistema

Elettrico" promosso dalla CSEA.

Focus su smart city, efficienza energetica, rinnovabili, domotica

Diversi soggetti pubblici e privati sono stati coinvolti nella ricerca che ha riguardato iniziative incentrate sulla produzione, la razionalizzazione, il risparmio dell'energia, lo sviluppo e la gestione del sistema elettrico nazionale. In particolare, per il Bando di tipo B previsto dal piano triennale 2012-14 della RSE, rivolto a imprese o insieme di imprese ed enti di ricerca, sono state avanzate 67 proposte di progetto per un totale di 91 attori differenti.

Gli stessi soggetti hanno partecipato stamane all'evento per stimolare il confronto sul futuro della ricerca di sistema nel nostro Paese.



IN TRENTINO IL B&B ESEMPIO DI SOSTENIBILITÀ

— Ivonne Carpinelli

Prodotti locali per la ristorazione, termostati wi-fi per la gestione dei riscaldamenti, un impianto fotovoltaico e pannelli solari termici. Questi sono alcuni degli "accorgimenti sostenibili" adottati all'interno del B&B a conduzione familiare Maso Sveseri, situato tra la Val di Cembra e l'Altopiano di Piné in Trentino Alto Adige.

Pannelli fotovoltaici e solari termici

La struttura adotta soluzioni innovative per incrementare il risparmio in bolletta e incontrare i bisogni dei turisti, sempre più alla ricerca di una vacanza che consenta di riallacciare il rapporto con la natura e il territorio. Oltre all'impianto fotovoltaico da 8 kW da 30 mila euro, il b&b sfrutta un'illuminazione a LED, ha ridotto il numero di freezer e monta dal '95 sei pannelli solari termici "che stanno per essere rinnovati" grazie alle agevolazioni fiscali del 65%, puntualizza Luca Mazzucchi, uno dei gestori della struttura. Per produrre acqua calda e riscaldare gli ambienti il Maso Sveseri ha montato nel 2014 una caldaia da 30 kW - da 12 mila euro con il contributo del 65% - "alimentata con la legna proveniente dalla foresta di proprietà della famiglia Bazzanella". Che viene gestita in base ad accordi e permessi del Corpo forestale dello Stato.

Gestione wi-fi del riscaldamento

Per il riscaldamento, in particolare, il b&b adotta una gestione dei singoli caloriferi per ottimizzare il controllo del riscaldamento in funzione delle prenotazioni e per rendere confortevoli gli ambienti all'arrivo degli ospiti. Accantonata l'idea di un impianto di domotica, "era troppo onerosa, richiedeva

almeno 2.000-3000 euro", ci spiega Luca, la scelta è ricaduta su un sistema multi-termostato Rialto gestibile dal proprio smartphone "per il quale abbiamo speso qualche centinaia di euro". Dopo aver installato un termostato per ogni camera e bagno, 9 in totale, i dispositivi sono stati collegati alla rete wi-fi predisposta per i clienti. In più, sono stati integrati dei ripetitori di segnale per evitare che alcune zone non fossero coperte dalla rete.

I risparmi conseguiti

"I clienti apprezzano molto, ad esempio, le velux e il riscaldamento automatizzati. Cercano queste comodità - prosegue Luca - Per noi la gestione della struttura è più semplice: abbiamo tutto sotto controllo e risparmiamo. Ho notato una riduzione nel consumo di legna: se prima facevamo tre carichi nella stagione invernale, ognuno da 30 kg, adesso ne facciamo due".



NEL REGNO UNITO IL PRIMO STADIO IN LEGNO



— Redazione

Dovrebbe essere pronto per il 2020 il primo stadio realizzato completamente in legno che sarà situato nella città di Stroud, nel Regno Unito.

Un progetto dello studio Zaha Hadid

Il progetto, come si legge su *scienze et vie*, è firmato dallo studio Zaha Hadid Architects che ha già realizzato l'Acquatic Centre per i giochi olimpici di Londra.

Caratteristiche

Tutta la struttura, che si snoda su una superficie di 5.000 m², impiegherà come unico materiale il legno (utilizzato per pavimenti, pareti etc) proveniente da foreste certificate. Per il tetto i progettisti hanno invece pensato a una membrana trasparente che consenta il passaggio della luce naturale.

Foto pubblicata sull'account instagram dello Studio Zaha Hadid Architects



TURISMO SOSTENIBILE, L'ANELLO CICLABILE DEL GARDA NEL SISTEMA NAZIONALE DELLE CICLOVIE

Redazione

L'anello ciclabile del Garda, che si estende per un percorso di oltre 140 km, entra nel Sistema nazionale delle ciclovie turistiche. Una rete, come previsto dalla legge di Stabilità 2016, che andrà a rinnovare e sostituire il vecchio sistema di piste ciclabili.

L'ok del Ministro Delrio

Ieri la risposta positiva del Ministro dei Trasporti Graziano Delrio alla richiesta avanzata nel 2015 dall'Assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia Mauro Parolini e dagli assessori di Regione Veneto Elisa De Berti e della Provincia autonoma di Trento Mauro Gilmozzi.

Il Ministro ha "apprezzato lo studio di fattibilità che abbiamo condotto grazie al lavoro di un gruppo tecnico interregionale ad hoc e ha confermato un preciso impegno ad assegnare all'opera nuove risorse statali", ha commentato Parolini.

Le ricadute sul territorio del cicloturismo

Risorse che si affiancheranno a quelle messe in campo da regioni ed enti locali per completare l'anello del Garda, circuito di "interesse nazionale" e "importanza strategica", come rimarca-

to da Parolini, che ha "valenza turistica internazionale" e "ricaduta economica sul territorio".

Per definire i compiti dei firmatari e far partire i primi cantieri, nelle prossime settimane si svolgeranno alcuni incontri tecnici per arrivare al più presto alla firma del protocollo. L'anello ha le carte in regola per "diventare la capitale europea del cicloturismo e del turismo lento", ha rimarcato Parolini. Il cicloturismo ha grosse potenzialità in termini di sviluppo e ricadute sul territorio: "Si stima infatti che in Europa ogni chilometro di ciclabile turistica sia in grado di generare un indotto annuo tra i 110 e i 350 mila euro".

The graphic features a central circular logo for 'ICSG Istanbul 2017' with the text '5. Uluslararası Akıllı Şebekeler ve Şehirler Kongresi ve Fuarı' and '5. International Istanbul Smart Grids and Cities Congress and Fair'. To the left, a '5th' badge lists 'Akıllı Şebekeler, Akıllı Enerji, Akıllı Şehirler' and 'Smart Grids, Smart Energy, Smart Cities'. To the right, there's an image of wind turbines and the Italian flag with the text 'Ülke Partneri / Country Partner İtalya / Italy'. Below the logo, the dates '19-20-21 Nisan/April 2017 | Istanbul Congress Center, Turkey' are displayed. At the bottom, a row of logos includes the Ministry of Energy and Natural Resources, Ministry of Science, Technology and Innovation, Ministry of Environment, Urbanization and Climate Change, EPK, BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ, Elder, PES, SARAH, and TURKISH AIRLINES.

Countdown for 5th International Istanbul Smart Grid and Cities Congress and Fair has already started!

For more information
www.icsgistanbul.com



THIS FAIR IS ORGANIZED WITH THE PERMISSION OF THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY IN ACCORDANCE WITH THE LAW NUMBER 5174.

Organized by
HHB-EXPO
www.hhbexpo.com.tr