

27 gennaio 2009 0:00

GERMANIA: L'impronta di Co2 dei nostri consumi quotidiani

Il 26 gennaio, sono stati presentati a Berlino i risultati del progetto *Product Carbon Footprints* (PCF). Con il patrocinio di Wwf, Istituto ecologico e Istituto di Potsdam per la ricerca climatica, dieci aziende hanno analizzato il livello di Co2 di singoli beni di consumo dei rispettivi assortimenti. Per valutare "l'impronta Co2" i partecipanti hanno seguito il ciclo vitale di 15 prodotti, illustrati in studi di varie pagine. Hanno preso in considerazione non solo la produzione di un articolo o il suo trasporto, ma quel che accade con il reperimento della materia prima, hanno valutato i mezzi con cui i consumatori vanno a comprarlo, l'uso e lo smaltimento.

I prodotti esaminati per valutare l'effetto serra erano i piu' vari. Il test proposto da *Tschibo* riguardava la tazzina di caffe' (50-101 grammi); per *Rewe* era una confezione di fragole dalla Spagna (442 grammi); per *dm-Drogeriemarkt* la carta da toilette (2,5 chili la confezione da 10); per *Telekom* un allacciamento telefonico (negli anni, 144 kg); per *Tengelmann* un pacco di sei uova bio (1.178 grammi). Si e' visto che il risultato dipende da vari fattori: nel caffe' conta soprattutto come viene bollito; per la carta da toilette vale il metodo di produzione; per le uova importa come sono allevate le galline.

Se si considera che in Germania il consumo privato produce 4 tonnellate di Co2 a persona, vale a dire il 40% delle emissioni totali, si capisce perche' gli esperti chiedono di promuovere un'emissione unitaria internazionale, limitata a 2 tonnellate pro capite. Ma per centare l'obiettivo bisogna che il consumatore sia meglio informato. Un primo passo potrebbe venire da questo progetto pilota.