

# GREENPEACE

# SCELTE ILLUMINATE

GREENPEACE MOSTRA QUALI RIVENDITORI RIMUOVONO LE LAMPADINE INCANDESCENTI DAI PROPRI SCAFFALI PRIMA DEL BANDO DEL GOVERNO

Per chiedere l'eliminazione delle lampadine incandescenti sprecone, Greenpeace ha lanciato nell'ottobre 2007 la campagna "Al Bando le Incandescenti", con lo scopo di stimolare i rivenditori della grande distribuzione organizzata a rimuovere dai propri scaffali questi prodotti obsoleti nemici del clima, a favore di nuove lampade ad alta efficienza<sup>1</sup>.

In seguito alle pressioni di Greenpeace, il Governo ha deciso di mettere al bando le lampadine a incandescenza dal primo gennaio 2011<sup>2</sup>.

**Con questa classifica Greenpeace mostra quali sono i rivenditori virtuosi che si impegnano ad anticipare i tempi imposti dal Governo, rimuovendo le lampade incandescenti prima del 2011, una dimostrazione che la tecnologia obsoleta e inefficiente può essere mandata in pensione in tempi rapidi.**

Greenpeace mostra anche quali sono i rivenditori che non intendono prender alcun impegno per la salvaguardia del clima globale e che si apprestano a recepire passivamente il bando del Governo.

Questo scarso impegno rappresenta una scarsa attenzione all'ambiente e ai propri clienti, visto che eliminare le incandescenti aiuta le famiglie a limitare l'impennata dei prezzi dell'energia in bolletta. Il vero risparmio sono infatti le lampadine ad alta efficienza, non le incandescenti.

## La vera soluzione è l'efficienza

Gli esperti ci avvertono che per evitare gli effetti più devastanti dei cambiamenti climatici dovremmo fermare la crescita delle emissioni mondiali di gas serra entro il 2015 – tra appena sette anni – per poi cominciare a ridurle e arrivare a dimezzarle al 2050, rispetto ai livelli del 1990.

L'efficienza energetica è la prima arma per abbattere i consumi di energia. In Italia, ad esempio, attraverso misure di efficienza energetica sarebbe possibile risparmiare circa 100 miliardi di kilowattora al 2020<sup>3</sup>, quasi un terzo degli attuali consumi di elettricità che si attestano attorno a 340 miliardi di kilowattora.

L'utilizzo di lampadine ad alta efficienza energetica è tra le soluzioni più facili, economiche e a portata di tutti per ridurre le emissioni di gas serra che sono causa dei cambiamenti climatici.

Se tutte le famiglie italiane usassero lampadine fluorescenti compatte ad alta efficienza, si risparmierebbero 5,6 miliardi di kilowattora, abbastanza energia da poter chiudere una grande centrale a carbone che ogni anno immette in atmosfera circa tre milioni di tonnellate di anidride carbonica.

Ad oggi la maggior parte delle lampadine in vendita sono ancora a incandescenza, una tecnologia

altamente inefficiente che spreca oltre il 90% dell'energia consumata disperdendola sottoforma di calore.

Le lampade fluorescenti compatte permettono invece di risparmiare l'80% dell'energia. Un risparmio che fa bene all'ambiente e al portafoglio. Per una famiglia italiana che installa una decina di lampadine a risparmio nella propria casa, il risparmio in bolletta si aggira attorno a 100 euro all'anno<sup>4</sup>. E bisogna considerare che le lampade fluorescenti durano da sei a dodici anni.

Nonostante questo, ancora oggi la diffusione delle lampade ad alta efficienza in Europa è estremamente bassa, specialmente nel settore residenziale. I dati del JRC<sup>5</sup> indicano che la media Europea dell' "indice di diffusione" è di poco superiore al 13%, ossia 13 lampade efficienti per 100 punti luce. In Italia si riscontra uno tra i valori più bassi dell'indice di diffusione: appena il 4,4%. Esiste insomma un enorme potenziale di crescita per il mercato delle lampade efficienti in Italia.

**La diffusione delle lampade ad alta efficienza sarà sempre resa difficoltosa dalle presenza sugli scaffali dei supermercati e dei centri commerciali delle lampadine a incandescenza. I consumatori sono male informati e l'attuale differenza di prezzo tra i due prodotti è un incentivo all'acquisto delle incandescenti.**

I consumatori continuano così ad essere ingannati: per cercare di risparmiare, in realtà spendono di più, sprecano energia e non contribuiscono ad abbattere emissioni di gas serra. Non c'è altro tempo da perdere: le lampadine incandescenti non hanno più spazio nel 21 secolo.

### **La rivoluzione parte dai rivenditori**

Greenpeace riconosce che alcuni rivenditori si stanno attivando per rendere minimo l'impatto sull'ambiente del loro business e per sensibilizzare l'opinione pubblica in tale direzione. Individualmente e collettivamente, i rivenditori hanno un enorme potere per ostacolare i cambiamenti climatici: semplici misure come rimuovere dal commercio i prodotti spreconi potrebbero avere un impatto significativo sugli sforzi per abbattere le emissioni di gas serra dell'Italia. Le lampadine sono un semplice esempio.

Greenpeace ha anche verificato che la vasta maggioranza dei rivenditori fornisce ancora molti tipi di lampadine incandescenti sui propri scaffali, spesso promuovendone la vendita attraverso la presenza di prodotti a marchio che ingannano il consumatore: il vero risparmio è nelle fluorescenti. Non comunicare ai consumatori questo messaggio all'interno dei punti vendita e promuovere incandescenti a marchio è una grave responsabilità.



Il supporto dei rivenditori ad anticipare per la rimozione delle lampadine incandescenti è essenziale per mostrare al Governo che il settore è pronto ad innovare verso tecnologie a basso impatto ambientale, lanciando un messaggio forte anche ai produttori, i quali dovrebbero fermare la produzione di lampadine incandescenti.

Greenpeace crede che tutti i rivenditori dovrebbero attivarsi per cessare la vendita dei prodotti che sprecano energia. Questa è l'unica risposta appropriata per fronteggiare l'emergenza climatica. Non c'è nessun motivo per cui i consumatori non debbano avere la certezza che i prodotti sugli scaffali siano il più efficiente possibile. La vera libertà di scelta deve riguardare il design, la forma, o la marca, non l'efficienza.

Greenpeace ha fatto appello a tutte le catene della grande distribuzione organizzata ad anticipare il bando del Governo italiano per aderire alla campagna "Al Bando le Incandescenti".

In futuro Greenpeace continuerà a evidenziare quali sono i migliori e peggiori rivenditori nella vendita di prodotti che consumano energia e per i quali occorre garantire i migliori standard di efficienza energetica.

Le lampadine sono solo l'inizio di questa rivoluzione dell'efficienza. Ogni rivenditore responsabile dovrebbe assicurarsi che tutti gli apparecchi che sprecano energia non vengano più venduti nel proprio negozio, ad esempio rimuovendo tutti i prodotti di classe energetica inferiore alla "A" in modo da bandire definitivamente televisioni, computer, lavatrici, frigoriferi e boiler assetati di corrente. Greenpeace crede che debbano essere introdotti standard minimi di efficienza su tutti i prodotti elettrici nel più breve tempo possibile.

**Con grande lungimiranza il Governo e il Parlamento italiano hanno già recepito parzialmente questa richiesta, stabilendo che a decorrere dal 1° gennaio 2010 è vietata la vendita di elettrodomestici appartenenti alle classi energetiche inferiori alla classe "A", nonché dei motori elettrici appartenenti alla classe 3, la meno efficiente oggi sul mercato.**

## Chi salva il clima e chi no!

Nella classifica di Greenpeace i rivenditori sono stati classificati in base alla data entro cui si impegnano a eliminare tutte le lampadine incandescenti dai propri scaffali, anticipando il bando del Governo. Prima rimuovono le incandescenti, più alta è la "classe di efficienza". Per comodità si è deciso di procedere di semestre in semestre, fino al primo gennaio 2011, quando tutte le incandescenti dovranno essere rimosse dagli scaffali per legge.

**Il "10 e lode in efficienza" va a Leroy Merlin, che rimuoverà tutte le incandescenti già dal primo semestre del 2009. Nella categoria "F" sono**

**stati classificati i rivenditori che non prendono alcun impegno o che non hanno risposto alle richieste di Greenpeace. In mancanza di informazioni ufficiali, Greenpeace deve presumere la totale mancanza di strategie volte a limitare la vendita di lampadine incandescenti.**

Tra tutti i rivenditori, Greenpeace attribuisce "zero in efficienza" a Esselunga, in quanto il gruppo è tra i maggiori venditori in Italia di lampadine incandescenti e non ha mostrato alcun interesse a limitare la vendita di questi prodotti. Diretti concorrenti di Esselunga, come ad esempio Coop, hanno invece dimostrato di saper recepire le richieste di Greenpeace. Esselunga va pertanto in classe "Z", come "Zero in efficienza".

## LA CLASSIFICA DI GREENPEACE

<b>10 E LODE IN EFFICIENZA</b> <b>A</b>	<b>LEROY MERLIN</b> RIMUOVE LE INCANDESCENTI ENTRO IL 1° SEMESTRE 2009
<b>B</b>	<b>COOP</b> RIMUOVE LE INCANDESCENTI ENTRO IL 2° SEMESTRE 2009
<b>C</b>	<b>IKEA</b> RIMUOVE LE INCANDESCENTI ENTRO IL 1° SEMESTRE 2010
<b>D</b>	<b>AUCHAN</b> RIMUOVE SOLO LE INCANDESCENTI DA 100 W A FINE 2009
<b>SOTTO OSSERVAZIONE</b> <b>F</b>	<b>CASTORAMA</b> IMPEGNO NON FORMALIZZATO
<b>NESSUN IMPEGNO CONCRETO</b> <b>G</b>	<b>CARREFOUR, CONAD, DESPAR, FINIPER</b>
<b>ZERO IN EFFICIENZA</b> <b>Z</b>	<b>ESSELUNGA</b>

### LEROY MERLIN

Leroy Merlin non solo rimuoverà tutte le lampadine incandescenti entro il 30 giugno 2009, ma si impegna anche a rimuovere le incandescenti a marchio già dal secondo semestre 2008. Sugli scaffali di Leroy Merlin si trovano già oggi lampadine efficienti di alta qualità (10mila ore) a marchio, e il gruppo prevede di introdurre a breve lampadine a nuova tecnologia LED, ancora più efficienti di quelle attualmente sul mercato. Questa strategia favorisce l'avvicinamento di prezzo tra incandescenti e fluorescenti ed è ulteriore indice di capacità di innovazione e alta sensibilità al contenimento delle emissioni di gas serra derivanti dalla vendita dei prodotti di illuminazione.

### COOP

Coop si impegna a eliminare tutte le lampade incandescenti entro il 2009. In Italia il gruppo è tra i maggiori venditori di incandescenti e questa decisione permetterà di modificare seriamente il mercato delle lampadine. Anche in questo caso, Coop dimostra di essere leader per attenzione all'ambiente, un valore capace di ribaltare le consuete logiche di profitto nel rispetto delle linee programmatiche di Eurocoop. Il Gruppo afferma che l'intervento di rimozione sarà preceduto a settembre 2008 da una campagna di sensibilizzazione durante la quale ai soci Coop verranno distribuite gratuitamente 3,5 milioni di lampade a risparmio energetico.

## **IKEA**

IKEA rimuoverà tutte le lampadine incandescenti dal primo semestre 2010, e si impegna a introdurre e sviluppare nuova tecnologia LED. Nel settore delle lampade ad alta efficienza, IKEA è già leader da diversi anni con un'ampia offerta di prodotti a marchio a prezzi molto competitivi, anche se non sempre viene garantita la qualità delle lampadine, che ha volte presentano una durata inferiore alle 6mila ore. In un'ottica di miglioramento continuo il gruppo dovrebbe aumentare la vita utile dei propri prodotti a basso costo.

## **AUCHAN**

Auchan recepisce solo parzialmente le richieste di Greenpeace. Il Gruppo non è in grado di anticipare il bando del Governo, ma entro il 31 dicembre 2009 si impegna a rimuovere le lampadine incandescenti da 100 Watt. Auchan ha sviluppato efficaci misure di comunicazione per la vendita di lampade a risparmio e iniziative promozionali intelligenti, come uno sconto del 30% sulle lampade efficienti per chi consegna una incandescente usata. La maggiore criticità rimane la forte vendita di lampade incandescenti a marchio, specialmente multipack da 60 e 40 watt. Greenpeace chiede ad Auchan di andare oltre gli impegni presi, e rimuovere entro fine 2009 tutte le incandescenti a marchio.

## **CASTORAMA**

Castorama dichiara di voler progressivamente eliminare tutte le incandescenti per rispettare i tempi del bando del Governo. Il gruppo tuttavia non ha segnalato alcuna data entro cui conseguire tale obiettivo. Greenpeace non può pertanto attestare che esista un impegno concreto ad anticipare il bando. Se la decisione di eliminare le lampadine è stata presa, perché non comunicarla? Castorama non vende lampadine incandescenti a marchio proprio, e intende introdurre lampadine efficienti a marchio nel secondo semestre 2008. Un passo positivo, ma si potrebbe osare di più.

## **CARREFOUR**

Carrefour non intende prendere alcun impegno concreto per rimuovere le lampadine incandescenti e attenderà passivamente il bando del Governo al 2011. Il gruppo intende sviluppare iniziative di informazione e attività promozionali per promuovere la diffusione delle lampade a risparmio. La protezione del clima necessita tuttavia di risposte immediate e Greenpeace crede che Carrefour possa fare molto di più, a partire dalla rapida eliminazione di tutte le incandescenti a marchio.

## **FINIPER**

Finiper ha dichiarato a Greenpeace che "potrebbe attuare da subito le disposizioni conseguenti la messa al bando delle lampadine incandescenti". In seguito al bando del Governo, il gruppo non ha tuttavia dato seguito alle promesse annunciate. Greenpeace si augura che il Gruppo possa dimostrare la propria coerenza e annunci presto di anticipare l'eliminazione delle incandescenti. Per ora il giudizio è negativo.

## **CONAD**

Conad non ha mai indicato alcuna strategia per limitare la vendita delle incandescenti. Il Gruppo ha solo fatto sapere che "intende costruire una maggiore cultura fra i propri consumatori". Questo è troppo poco e troppo vago: le lampadine a incandescenza sono un prodotto che fa male all'ambiente e alle tasche dei soci. Il Pianeta ha bisogno di risposte concrete, non di chiacchiere.

## **DESPAR**

Despar non ha mai risposto formalmente a Greenpeace, e risulta impossibile stabilire se il Gruppo ritiene di essere minimamente responsabile per limitare la vendita di prodotti dannosi per l'ambiente. Dai rapporti con Despar, Greenpeace ha rilevato mancanza di trasparenza e attenzione nulla al problema dei cambiamenti climatici.

## **ESSELUNGA**

Esselunga non ha assunto alcun impegno concreto per limitare la vendita delle incandescenti e si prepara a recepire passivamente il bando al 2011. Il gruppo motiva questa decisione affermando che "non è necessario obbligare i propri clienti a scelte forzate ma che, attraverso comunicazione e forti iniziative promozionali, si possono incentivare i prodotti a risparmio energetico". Greenpeace rileva tuttavia che le iniziative di promozione e comunicazione adottate da Esselunga sono sporadiche e poco efficaci. In questo modo Esselunga scarica le proprie responsabilità sui consumatori senza affrontare il problema.

Lo "Zero in efficienza" va ad Esselunga perché, al contrario di Coop e Auchan – tra i maggiori rivenditori in Italia ad essere oggetto della campagna "Al Bando le Incandescenti" – Esselunga è l'unico che non ha fatto alcun passo concreto verso la rimozione di prodotti dannosi per l'ambiente e per le tasche dei consumatori. Esselunga dovrebbe invece essere in prima linea per il contenimento delle emissioni di gas serra, al pari dei suoi diretti concorrenti.

<sup>1</sup> Guarda il sito [www.greenpeace.it/incandescenti](http://www.greenpeace.it/incandescenti)

<sup>2</sup> Legge 24 dicembre 2007, n.244 (Legge Finanziaria 2008)

<sup>3</sup> La Rivoluzione dell'Efficienza, Greenpeace 2007 ([www.greenpeace.org/italy/ufficiostampa/rapporti/efficienza2020](http://www.greenpeace.org/italy/ufficiostampa/rapporti/efficienza2020))

<sup>4</sup> Usa il "risparmiometro" di Greenpeace su [www.greenpeace.it/incandescenti](http://www.greenpeace.it/incandescenti)

<sup>5</sup> "Residential Lighting Consumption and Saving Potential in the Enlarged EU", Joint Research Centre, February 2007

**GREENPEACE**