

«Consumare correttamente per non essere consumati». Quando fare la spesa diventa una scelta di sostenibilità

Io? Compro “verde”!

Marika Frontino

■ Riduzione degli imballaggi, ricorso a fonti rinnovabili per la fornitura di energia elettrica, predisposizione di una raccolta differenziata all'interno dei punti vendita, sono solo alcune delle possibili vie per concretizzare la sostenibilità ambientale nella filiera della grande distribuzione.

Nel corso degli ultimi anni un numero crescente di aziende del settore ha iniziato a coniugare le esigenze di profitto con l'impegno per l'ambiente. Tra gli iper e i supermercati maggiormente attivi Crai, Auchan, Coop e Conad, che hanno progettato punti vendita sempre più innovativi e meno impattanti, hanno commercializzato prodotti in possesso di precisi requisiti ambientali lungo tutto il ciclo di vita, dalla produzione allo smaltimento, e hanno promosso buone pratiche e comportamenti virtuosi tra i propri consumatori.

Auchan

La maggior parte delle azioni messe in atto da Auchan riguardano la riduzione dei rifiuti, dell'inquinamento e dello spreco di risorse naturali. Qualche esempio? I rifiuti organici prodotti in ogni punto vendita vengono raccolti, tritati, gestiti in silos di stoccaggio e venduti come sostanza concimante, mentre è previsto un sistema di recupero dell'acqua piovana in vasche, che una volta filtrata e pulita viene utilizzata negli scarichi e impianti di irrigazione.

Un sistema di logistica integrata e di trasporto per tipologie di merce, inoltre, rende possibile una riduzione sostanziale degli autoarticolati impiegati per le consegne, limitando di conseguenza l'emissione di gas di scarico. Accanto a tali innovazioni, Auchan realizza un censimento annuo dei punti vendita, per verificare le strutture in cui installare impianti fotovoltaici, che saranno presenti in tutti quelli di prossima apertura.

Per i clienti, invece, in molti ipermercati

è previsto un reparto self-discount, con distributori self-service di prodotti alimentari, con una notevole riduzione degli imballaggi.

Crai

La filosofia dei dispenser è analoga negli EcoPoint della Crai, prima applicazione del progetto “Distribuzione compatibile”, studiato da Plef (*Planet Life Economy Foundation*), organizzazione senza scopo di lucro impegnata nella diffusione di cultura e atteggiamenti eco-compatibili nel mondo delle imprese.

I vantaggi? In un anno si calcola un risparmio di oltre 1 milione di confezioni a perdere nei 23 EcoPoint Crai, acquistando sfusi riso, pasta, caffè, spezie, detersivi liquidi ecc... il consumatore spende tra il 10 e il 70% in meno rispetto ai prodotti confezionati. Una differenza sulla quale grava notevolmente il costo del packaging, qui sostituito da speciali sacchetti di materiale biodegradabile e compostabile o contenitori riutilizzabili. L'obiettivo è arrivare a 50 EcoPoint nei prossimi 6 mesi e a 100 in un anno, con un risparmio intorno a 6 milioni di confezioni.

Conad

Da sempre attento alla valorizzazione delle produzioni tipiche locali e alla tutela dei diritti dei consumatori (salute, sicurezza e qualità dei prodotti e dei servizi, informazione e pubblicità, educazione al consumo ecc.), per Conad la difesa dell'ambiente passa attraverso l'adozione di innovazioni tecnologiche eco-sostenibili. Si parla, ad esempio, del recupero dell'acqua sanitaria, dello sbrinamento a gas caldo dei banchi frigo surgelati, oltre alle più classiche buste usa e getta biodegradabili e all'utilizzo di lampade a basso impatto energetico.

Coop

Prima catena della grande distribuzione europea ad aderire, nel 2001, a “Greenlight”, il programma comunitario di



risparmio energetico, sarà Coop il soggetto-pilota della grande distribuzione italiana ad abolire dai propri scaffali, entro il 2009, le più inquinanti lampadine a incandescenza.

L'iniziativa anticipa le indicazioni della Legge Finanziaria 2008, che dal 1° gennaio 2011 ne vieta la vendita, e risponde con una decisa presa di posizione alla campagna “Al bando le incandescenti”, lanciata nei mesi scorsi da Greenpeace. Lo sgravio sull'ambiente sarà notevole. Si eviterà di immettere nell'atmosfera 120.000 tonnellate di CO₂ all'anno, con un netto risparmio dei consumatori sulla bolletta elettrica, dato che le lampade a basso impatto hanno una durata di vita da 6 a 10 volte maggiore rispetto alle colleghe di altra generazione.

Risparmio, riutilizzo, riciclo sono le tre “R” che caratterizzano i prodotti a marchio Coop: basta eliminare l'astuccio di cartone dalle confezioni di maionese e dentifricio, inserire le ricariche di detersivi e detersivi, utilizzare un'altissima percentuale di plastica riciclata nei contenitori di alcune linee di articoli, per ottenere buoni risultati.

Coop prosegue, tra l'altro, con la commercializzazione di oltre 2.700 prodotti “amici” dell'ambiente “Eco-logici” e “Bio-logici” (certificati Ecolabel, Aise, FSC, Friend of the sea e Dolphin safe);

l'adesione alla campagna "Italia-Europa liberi da OGM"; la distribuzione automatica di detersivi; la riduzione degli impatti ambientali dei punti vendita e un'intensa attività di informazione e sensibilizzazione dei soci sui temi della sostenibilità.

Tra le iniziative più recenti la mostra fotografica "Verdavvero", che racconta l'impegno di Coop per l'ambiente attraverso le testimonianze di alcuni dipendenti. Le

immagini presentano pratiche virtuose, secondo la logica «consumare correttamente per non essere consumati». ■

¹ Nelle aree attrezzate "EcoGoccia", presenti nei supermercati Crai di Piemonte e Lazio, e in alcuni negozi IperSoap del Gruppo General, legato al Consorzio Promotore, a sua volta socio specialista di CRAI. Attualmente i punti vendita IperSoap attrezzati alla vendita di detersivi sfusi, a base di componenti di origine vegetale e non derivati dal petrolio, si trovano a Massa, Chieri, Nizza Monferrato, Alessandria, Ovada, Genova e a Torino. Entro novembre il sistema sarà in-

serito in altri 7 negozi di Nervi, Cairo Montenotte (SV), Loano, Rapallo, Recco, Vado Ligure, Viareggio.

webwww.auchan.itwww.crai-supermercati.itwww.conad.itwww.e-coop.itwww.greenpeace.it