

# Torna lo sfuso nei supermercati

Nel rispetto dell'ambiente e per risparmiare i costi dell'imballaggio, Crai inventa l'Ecopoint, dispenser modulari di pasta, riso, caffè, caramelle...

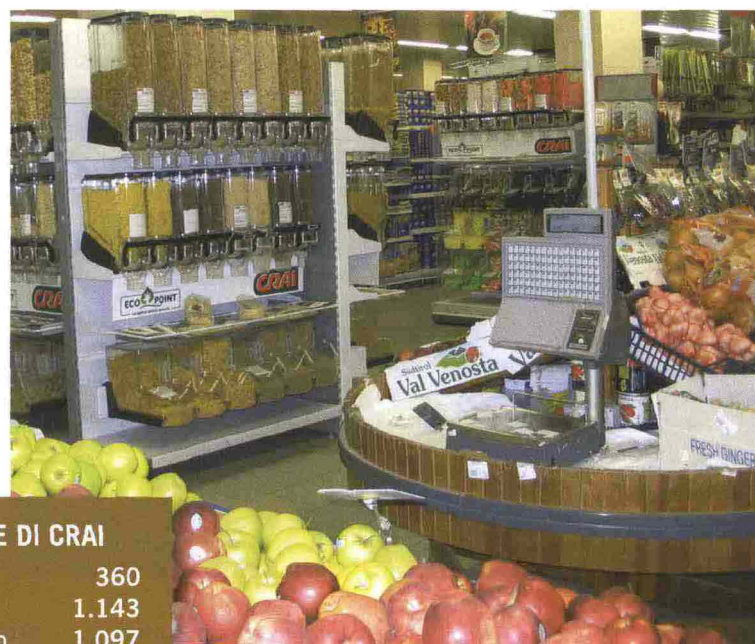
di Marialuisa Astesani

**Q**uando nacquero, i primi supermercati si affermarono con lo sviluppo dei prodotti confezionati, il cosiddetto grocery, e la scomparsa dei prodotti venduti sino ad allora solo sfusi, come riso, zucchero, caffè, pasta, legumi. A 50 anni di distanza proprio lo sfuso torna oggi in primo piano, inserito negli scaffali delle superfici a libero servizio come valore aggiunto per l' esercente e il consumatore.

Crai, cooperativa di dettaglianti della distribuzione organizzata, con il claim "la spesa sfusa nel rispetto dell'ambiente" si è inventata Ecopoint che, grazie a degli erogatori a iniezione realizzati in policarbonato trasparente,

offre la possibilità di acquistare solo la quantità di merce desiderata, con una riduzione degli imballaggi destinati in gran parte a trasformarsi in rifiuti. Anche per il trasporto si utilizzano sacchetti di un materiale compostabile e biodegradabile, che possono essere riutilizzati successivamente o smaltiti senza impatto ambientale.

«È la prima applicazione del progetto "distribuzione compatibile" di Plef, Planet life economy foundation, una onlus costituita nel 2003 da manager, imprenditori e professionisti con l'obiettivo di favorire l'evoluzione della compatibilità fra ambiente, società e mercato, agendo direttamente sulla catena del valore delle imprese. Plef si propone, cioè, di trovare un equilibrio tra ragioni economi-



## LA RETE DI CRAI

Supermercati	360
Superette	1.143
Libero Servizio	1.097
Ipermercati	1
Specializzati food	31
Specializz. non food	296
Cash & carry	10
<b>Totale rete</b>	<b>2.938</b>

## INCREMENTI DI FATTURATO

Aggiungendosi all'offerta del supermercato, l'Ecopoint costituisce una opportunità in più per il consumatore, ma anche per l' esercente (nella foto, l'installazione Ecopoint di Olbia).

che, di business, che producono lavoro e generano ricchezza e salvaguardia dell'ambiente», risponde Emanuele Plata, consigliere delegato Crai, e anche presidente di un comitato scientifico di Plef. «La concretizzazione pratica dell'Ecopoint», prosegue Plata, «è arrivata quasi per caso, sulla spinta del Salone dello Smau che, nel 2004, ci aveva chiesto all'ultimo minuto l'allestimento di un corner. Per Crai è stata l'occasione per realizzare, con una società Usa specializzata nella produzione di dispenser, delle strutture modulari da 1 a 5-10 metri lineari per la vendita di prodotti sfusi. Il primo riscontro operativo è venuto da Maurizio Rota, un socio Crai, che l'ha inserito a Oulx, in provincia di Torino, nel supermercato del centro commerciale Le

baite. È stato il primo "pilota", seguito da altri in Romagna, Sardegna, Veneto, Lazio, Marche, ecc». Quali sono i vantaggi? Plata non ha dubbi: «Innanzitutto il minor utilizzo di packaging tradizionali va a ridurre l'impatto ambientale - generato oggi in Italia da circa 11 milioni di tonnellate di imballaggi - e si traduce in un risparmio energetico ed economico. Con 12 Ecopoint, si eliminano sino a 750 mila confezioni a perdere l'anno. Ma anche il consumatore ha dei benefici. Privata del packaging, la merce costa fra il 20% e il 70% in meno, senza dimenticare la gioia al momento dell'acquisto, potendosi riappropriare il rapporto con le merci: si acquista solo la quantità desiderata, la si pesa con la bilancia e si

Soverato (Cz) del 12° Ecopoint, che ha l'ambizione di sensibilizzare verso l'attenzione all'ambiente l'intera regione Calabria.

**Il Consorzio Crai, nato nel 1973 per opera di alcuni piccoli negozianti in risposta all'espansione dei supermercati della grande distribuzione, conta 19 soci, 8 affiliati centrali e una rete di circa 3.000 punti di vendita, ubicati su tutto il territorio nazionale, con oltre 15.000 addetti. Oltre a supermercati, superette e negozi tradizionali, ha punti di vendita specialistici anche nella profumeria, igiene casa e persona. Ha chiuso il 2005 con un fatturato alle casse di 2.750 milioni e stima per il 2006 un incremento del 5%, che la porterà a toccare 2.900 milioni e un'ulteriore crescita del 6% per il 2007.**

Nonostante sia una cooperativa di piccoli e piccolissimi dettaglianti, grazie al franchising è presente dal 1994 a Malta e, da gennaio 2006, dopo aver rilevato gli affiliati di Rewe, conta anche 105 negozi in Svizzera, nel Canton Ticino e nei Grigioni, dove riapre punti vendita in comuni dove erano scomparsi, come è accaduto a Intragna lo scorso febbraio. Le ambizioni spingono verso la Cina, dove ha in previsione l'apertura di alcuni flag store, negozi bandiera, con la linea di prodotti a marchio "Piaceri italiani" - che conta 70 prodotti della nostra tradizione alimentare: formaggi e salumi tipici dop, specialità regionali note e meno note fra pasta, sostitutivi del pane, olio extra vergine di oliva igp e dop, sottoli, dolci, specialità di cioccolato e liquori.

Crai aprirà entro giugno il primo negozio bandiera in Albania, attraverso il socio SuperCentro di Taranto in joint venture con Dms, il partner albanese proprietario di un nuovo centro commerciale a Tirana.



## ESPANSIONE ANCHE IN SVIZZERA

Grazie all'acquisizione degli affiliati di Rewe e del centro distributivo di Bellinzona, Crai conta oggi 105 negozi in franchising nel Canton Ticino.

appone l'etichettatura. È un'opportunità anche per l'esercente che, aggiungendo lo sfuso all'offerta del supermercato, vede incrementare il fatturato». Lo scorso novembre a Oulx è partita la sperimentazione sui detersivi e sui prodotti liquidi di pulizia della casa. E la primavera ha visto l'inaugurazione a

## Presto un Ecopoint anche in Cina

L'Ecopoint entrerà anche in Cina. L'obiettivo è arrivarci entro le Olimpiadi del 2008. Prima fase del progetto, la costruzione di 3-4 flag store, spazi di vendita di circa 2 mila mq, in alcune delle principali città, come Pechino, Shanghai, Tiaanjin, con un investimento di 9-12 milioni di euro e un fatturato a regime di 32-45 milioni di euro per il 2009.

«I flag store», spiega Emanuele Plata, consigliere delegato Crai, «saranno delle grandi vetrine del made in Italy dove, accanto alla nostra linea "Piaceri italiani", ci saranno spazi per la vendita di prodotti dell'agroalimentare, per la degustazione, per la ristorazione veloce e di prestigio, per la pro-

mozione delle diverse regioni italiane anche con la proposizione di pacchetti turistici. Il primo negozio bandiera, a Pechino, di 2.700 mq venderà inoltre accessori casa e cucina per dare visibilità all'italian style, molto apprezzato, stando alle nostre ricerche, dal pubblico femminile e dai giovani sino a 35 anni». E al proprio interno avrà uno spazio Ecopoint. Una seconda fase del progetto prevede lo sviluppo di una rete in franchising a insegna "Piaceri italiani Crai".

Oltre a Crai, la compagine societaria interessata alla Cina vede la partecipazione anche di alcune industrie dell'agroalimentare: il consorzio del Grana

padano, quello del prosciutto di San Daniele, la cooperativa trentina del vino Cavit e Conserve Italia.

Il progetto Cina si inserisce in un'iniziativa di più ampio respiro, in collaborazione con Confagricoltura, per promuovere all'estero le filiere, in particolare di vino, olio, ortofrutta, carni e formaggi. L'ipotesi operativa è la costituzione di una trading agroalimentare a cui possono partecipare, attraverso apposite società, le organizzazioni dei produttori con l'obiettivo di contribuire all'incremento del 3-4% dell'export agroalimentare. Mete: Est europeo, Far East, nord e sud America, Africa e Medio Oriente, Australia e Oceania.