

TENDENZE E SCENARI
IMPRESE E AMBIENTE

La spesa senza vuoti a perdere

di **Alessandra Guerra***

Per uno sguardo allargato sugli argomenti affrontati in questo articolo, vi segnaliamo il seguente Percorso di Lettura: **PL-0507-008 (Etica e imprese nel largo consumo: il comportamento socialmente responsabile delle imprese del largo consumo)** www.largoconsumo.info/percorsi

Pasta, riso, legumi, spezie, caramelle, frutta secca, dolci, cereali, caffè e petfood in recipienti trasparenti e perfettamente igienici: un enorme "giocattolo" munito di leve che il consumatore aziona per far uscire il prodotto, riempire il sacchetto e pesarlo sulla bilancia, proprio come avviene da tempo con frutta e verdura. Siamo in un EcoPoint Crai, uno spazio dove la spesa si fa in modo diverso, nel rispetto dell'ambiente (parola chiave "Crai", argomento "Distribuzione organizzata" su www.largoconsumoinformationsystem.info).

L'obiettivo è l'eliminazione del packaging attraverso l'acquisto sfuso (in bulk) di prodotti prima disponibili solo già confezionati, muovendo dal problema quanto mai attuale dei rifiuti, dei quali in Italia, sul totale prodotto in un anno, gli imballaggi costituiscono ben il 50% in volume e il 30% in peso (oltre 11 milioni di tonnellate). Cosa può fare la grande distribuzione in un'ottica di ridurre sprechi energetici e materiali? Sicuramente molto, se si considera che l'alimentare è il settore commerciale maggiormente coinvolto dal problema, impiegando il 60-70% degli imballaggi prodotti an-

nualmente per il mercato interno.

Questa è la posizione di **Planet Life Economy Foundation**, onlus nata nel 2003 per favorire l'evoluzione della compatibilità fra ambiente, società e mercato attraverso la traduzione dei principi teorici in processi concreti e praticabili. Il suo progetto, denominato **Distribuzione Compatibile**, attribuisce alle catene della distribuzione un ruolo strategico nella diffusione di un atteggiamento eco-compatibile, e **Crai** è la prima a avervi aderito applicandolo concretamente attraverso l'EcoPoint: un ritorno all'idea della più antica bottega dello speziale, combinata però a una tecnologia all'avanguardia. Il consumatore ha la libertà di scegliere in prima persona il prodotto e di acquistarlo solo la quantità desiderata, utilizzando per il trasporto sacchetti di materiale compostabile in pasta di legno che possono essere utilizzati successivamente o smaltiti senza impatto ambientale. «Le prime sperimen-

tazioni di prodotti sfusi sono state realizzate da catene statunitensi particolarmente innovative e attente come **WholeFoods** - riferisce **Corrado Menozzi**, responsabile EcoPoint Crai -, e non a caso le nostre attrezzature provengono da lì».

Gli EcoPoint aperti in due anni sul territorio nazionale sono undici, a partire dal primo inaugurato a Oulx, in provincia di Torino, nel giugno 2005: con l'apertura del dodicesimo, Crai stima di raggiungere un risparmio di 750.000 confezioni a perdere ogni anno.

Mutamento culturale

Ma la vendita sfusa si traduce anche in vantaggi per i distributori, in termini di fidelizzazione e di differenziazione rispetto alla concorrenza, e per i clienti. Il risparmio per il consumatore cambia in base al prodotto: se per la pasta il prezzo scende di un 5-10% circa, caffè e frutta secca registrano almeno il 15%, caramelle e legumi il 20-25%, riso e cereali il 40%, e fino all'85% le spezie. È partita poi nel novembre 2006, in Piemonte, la sperimentazione della vendita sfusa di prodotti liquidi alla spina, per ora limitata ai detersivi per pavimenti, indumenti, piatti e ammorbidente: il cliente compra solo la prima volta il flacone vuoto - che potrà riutilizzare per gli acquisti successivi - al prezzo di 50 centesimi, e lo riempie con le diverse tipologie di detersivo. L'iniziativa, destinata a estendersi a tutto il terri-

torio nazionale, si colloca in questo caso nell'ambito di un progetto dell'Assessorato all'Ambiente della Regione Piemonte, che ha ripreso e rielaborato le finalità dell'idea originaria di **Ecologos**, gruppo di ricerca indipendente torinese che lavora nel ramo da sette anni. Tutte le catene della distribuzione e i produttori di detersivi presenti sul territorio nazionale sono stati contattati: **Auchan**, **Ipercoop** e Crai sono le insegne che vi hanno aderito, mentre detersivi e macchinari vengono forniti dall'azienda toscana **Solbat**. «Nel corso del tempo - dichiara **Cinzia Vaccaneo**, ricercatrice Ecologos e coordinatrice del progetto su incarico della Regione - entreranno in scena nuovi produttori e ipermercati: anzitutto **Coop** e **Il Gigante**. Inoltre è stato dimostrato interesse per il progetto da parte di gruppo **Selex**. Le risposte che ci stanno arrivando sono molto positive, indice di una vera evoluzione culturale del cittadino: se sette anni fa questi era molto titubante nell'accettare iniziative del genere, ora è il primo a richiederle con entusiasmo e in modo propositivo». Dalle prime rilevazioni di Ecologos risulta che in 5 mesi sono stati venduti 21.771 litri sfusi di detersivo, equivalenti a altrettanti flaconi non prodotti: in termini energetici, sono stati così risparmiati 5,21 milioni di litri d'acqua, 31,86 Megawatt di energia, e 2,91 tonnellate di CO₂ non emessa. Per il consumatore - assicurano i curatori del progetto - il risparmio può arrivare al 40% al litro.

*Pentapolis

GLI ECOPOINT CRAI E I VANTAGGI DELL'OFFERTA SFUSA

11 aperti in 2 anni in Italia

Il primo è stato inaugurato a Oulx (To) nel 2005

Con l'apertura del dodicesimo, si risparmieranno 750.000 vuoti a perdere l'anno

21.771 litri di detersivi sfusi in 5 mesi hanno evitato un consumo di 5,21 milioni di litri d'acqua e di 31,86 Megawatt di energia e ridotto la CO₂ emessa di 2,91 tonnellate (dati Ecologos)

Il consumatore paga in meno dal 5-10% per la pasta al 20-25% per caramelle e legumi, al 40% per il riso e i cereali, all'85% per le spezie

Fonte: elaborazioni **Largo Consumo**