

## LE ESPERIENZE DI RIDUZIONE RIFIUTI DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA

## Conad verso rifiuti zero

In Emilia-Romagna operano tre delle otto cooperative associate a Conad.

Conad Centro Nord ha avviato alcuni progetti pilota per la riduzione dei rifiuti, raccolti nello slogan "Rifiuti zero": con Last Minute Market, per i prodotti invenduti ma che non sono oltre la data di scadenza, e con i clienti e i punti di vendita, per il riciclo di carta e plastica. In questo ultimo caso l'obiettivo è dare contenuti al passaggio definitivo da rifiuti a risorse (materie prime secondarie). È poi in costante aumento il numero di punti di vendita che propongono i biodetersivi alla spina (con flacone riutilizzabile) - i tensioattivi contenuti in questi prodotti sono ricavati da materie prime vegetali; pertanto sono rapidamente e completamente biodegradabili -, contribuendo in tal modo alla riduzione dei rifiuti plastici, dell'inquinamento delle falde acquifere e dei mari.

Nordiconad ha rinnovato l'accordo volontario con il Comune di Modena per Agenda 21, con cui si impegna a difendere e promuovere sul territorio buone pratiche di sostenibilità. Nell'ambito di queste attività si segnala la seconda edizione della campagna *Riciclare conviene, prima di tutto all'ambiente* per sostenere la raccolta differenziata delle confezioni Tetra Pak (latte, succhi, vino, sughi e legumi). Attraverso un sistema premiante abbinato al conferimento delle confezioni Tetra Pak in una macchina posta nell'ipermercato di Modena, i cittadini possono dare il loro contributo per la tutela dell'ambiente, ottenendo al tempo stesso uno sconto sulla spesa. L'iniziativa ha coinvolto 7 mila cittadini, che hanno inserito nell'apposita macchina 23 mila cartoni in poliaccoppiato, e molte scuole attraverso visite guidate, laboratori didattici e spettacoli ispirati al riciclo dei materiali.

Nordiconad è coinvolto nel progetto *Last Minute Market* con 20 punti di vendita - altri hanno aderito nel corso del 2012 - per un totale di 135 tonnellate di prodotti sottratti alla discarica e un valore stimato di almeno 455 mila euro. Per il triennio 2013-2015 Nordiconad prevede di aumentare del 30 per cento i punti di vendita che aderiscono al progetto.

Un'analisi dettagliata sul recupero di prodotti alimentari invenduti da destinare a opere caritatevoli condotta nell'ipermercato E.Leclerc Conad di Modena ha fornito i seguenti risultati:

- impatto ambientale: riduzione dei rifiuti di 82,4 tonnellate, corrispondenti a 83 cassonetti della spazzatura, 377.652 ettari di area boschiva risparmiata per compensare l'impatto ambientale generato dall'anidride carbonica prodotta dal ciclo dei rifiuti;
- impatto economico: risparmio sui costi di smaltimento, stimato in media di 20.600 euro.

In molti dei comuni in cui opera **Commercianti Indipendenti Associati**, il locale gestore dei rifiuti ha imposto la raccolta

differenziata di organico, plastica e vetro. Tutti i soci si sono organizzati per la raccolta di carta/cartone e plastica.

Sempre nell'ottica di ridurre l'impatto ambientale degli imballaggi, sono state condotte alcune sperimentazioni con l'uso di dispenser per prodotti sfusi: quello dei vini ha avuto un ottimo riscontro, grazie anche alla radicata tradizione delle cantine sociali in Romagna. La quantità di rifiuti generici sta diminuendo in modo progressivo se si considera che, ove possibile, l'organico è differenziato: scarti delle lavorazioni dell'ortofrutta, carne e pesce, carta/cartone, vetro, plastica. A ciò si aggiunga che molti soci conferiscono i prodotti prossimi alla scadenza ad associazioni onlus, Caritas e case famiglia, contribuendo a ridurre ulteriormente la quantità di rifiuti oltre a dare vita a un importante atto di solidarietà sociale. Si sta diffondendo la collaborazione con Last Minute Market e Banco Alimentare, che consente il recupero di decine di kg di prodotti a settimana abbinando quindi alle finalità di carattere sociale quelle di riduzione dei rifiuti. Sono oltre 30 i punti di vendita che aderiscono e l'obiettivo è coinvolgerne 50 entro il 2013.

## Le "3R" al centro dell'impegno di Coop sugli imballaggi

L'attività decennale di Coop sulla riduzione e razionalizzazione degli imballaggi all'interno della propria rete di vendita, assume oggi una valenza ancora maggiore alla luce dell'emergenza rifiuti e diviene punto di riferimento per tutte le realtà che operano secondo i principi strategici di riduzione del consumo di materiali e di energia *a monte* e riduzione della produzione di rifiuti *a valle*.

Dal 2010 Coop, in ottica di sviluppo dell'analisi ambientale delle **azioni**

"3R", ha deciso di affiancare alla tradizionale valutazione del risparmio di materiale anche un ulteriore indicatore di valutazione: il *Global Warming Potential (GWP)* o potenziale effetto serra che utilizza una metodologia di calcolo LCA (*Life Cycle Assessment*, Analisi del ciclo di vita).

Nel 2011 sono oltre 200 i prodotti Coop sui quali sono stati effettuati interventi di razionalizzazione degli imballi secondo l'approccio delle 3R (**risparmio, riutilizzo, riciclo**).

Le azioni di risparmio, come ricariche di prodotto (ad esempio per lo spazzolino Coop, per il quale è possibile acquistare il ricambio della sola testina), semplificazione e alleggerimento dei materiali in fase di progettazione del *packaging*, riduzione o eliminazione di inutili sovra imballi (come l'astuccio per la maionese o per il dentifricio) hanno consentito di risparmiare 2.103 tonnellate di materiale negli ultimi 9 anni.

Il riutilizzo, attraverso la rete di distributori di detersivi sfusi in flaconi riutilizzabili (presente in oltre 190 punti vendita) o l'introduzione di ricariche di prodotto (ad esempio nella detergenza persona), ha evitato il consumo di 1.932 tonnellate di plastica negli ultimi 9 anni.

Il riciclo è favorito nella scelta dei materiali utilizzati, ad esempio nei flaconi di detersivi e detersivi (realizzati in plastica riciclata) o negli imballaggi delle uova (in cellulosa riciclata).

