



Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo
degli Imballaggi a base Cellulosica

Decolla anche in Italia la spesa online: oltre 2 miliardi di euro nel 2002

In un seminario Comieco le proposte per ridurre l'impatto ambientale

Milano, 5 marzo 2003 – Il 2002 è stato l'anno dell'affermazione degli acquisti online. Il computer e Internet non sono più utilizzati solo per comprare viaggi, libri e software, ma anche per capi di abbigliamento, oggetti per la casa e per fare la spesa quotidiana. A trainare il boom delle vendite in rete negli ultimi mesi del 2002 sono stati soprattutto gli acquisti alimentari, dopo che alcune tra le principali catene della grande distribuzione hanno fatto ingresso con decisione nel mercato del commercio online. Esselunga, Coop, Sma e Auchan sono partite da Milano estendendo il servizio ad altre aree del paese; la Rinascente ha annunciato a fine 2002 l'avvio del servizio anche a Torino. Volendo.com, azienda milanese nata esclusivamente per la vendita online, ha superato i 20.000 clienti nel periodo natalizio, nel quale si è assistito a un autentico boom del servizio. Anche i piccoli produttori alimentari hanno ormai sposato il Web non solo per promuovere i propri prodotti, ma anche per venderli: su 431 siti dedicati alla promozione dell'olio d'oliva, ben 250 prevedono la possibilità di acquistare online.

Si stima che gli acquirenti online spendano mediamente il triplo del cliente medio del supermercato. La media degli acquisti della famiglia-web di Milano – città che realizza da sola il 60% dell'E-commerce nazionale – ha raggiunto i 1.500 euro annui.

Complessivamente si stima che il valore dell'E-commerce nella sua versione B2C abbia superato nel nostro paese i 2 miliardi di euro, nonostante il sostanziale calo degli investimenti Hi Tech. Anche dopo questa forte ripresa l'Italia si trova ancora a dover inseguire i paesi tecnologicamente più evoluti. Gran Bretagna, Germania e Francia insieme rappresentano ancora il 67% del totale europeo. Nel complesso gli utenti europei di Internet sono del resto cresciuti al punto da pareggiare sostanzialmente quelli degli Stati Uniti.

Questi dati sono stati forniti questa mattina a Milano nel corso di un seminario promosso da Comieco, il Consorzio che si occupa del recupero e del riciclo dei materiali cellulosici. Il mutamento di indirizzo dell'E-commerce, infatti, porta con sé implicazioni ambientali. Oggi, a differenza del passato, sempre più spesso la transazione online si conclude con l'acquisto di un bene materiale, che va confezionato, spedito e infine recapitato al cliente finale. Tutto ciò comporta potenzialmente anche un rischio per l'ambiente: da un lato cresce notevolmente la quantità di imballaggi che arrivano nelle case dei clienti finali, e che devono essere avviati a riciclo da questi ultimi; dall'altro per il possibile incremento dei veicoli commerciali adibiti alla consegna dei prodotti.

Per quanto riguarda gli imballaggi, una recente indagine realizzata da Comieco tra le società che vendono direttamente online ha rivelato che nel 75% dei casi tali società aggiungono un ulteriore imballaggio, nel caso di transazioni via web. Per gli acquirenti è importante che si tratti di imballi leggeri e facilmente riciclabili: un

Comieco -----

Via Pompeo Litta, 5 - 20122 Milano
telefono 0255024.1 int. 203-207 fax 0254050203
Internet: <http://www.comieco.org> e.mail: comunicazione@comieco.org



Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo
degli Imballaggi a base Cellulosica

sondaggio tra i consumatori realizzato da Abacus per Comieco ha confermato che nel 55% dei casi il tipo di imballaggio influisce addirittura sulla decisione di acquisto.

Per affrontare queste tematiche Comieco ha da tempo dato vita a un "Osservatorio E-packaging" con l'obiettivo di promuovere l'adozione di imballaggi essenziali e facilmente riciclabili, e di favorire soluzioni organizzative che riducano al minimo il traffico e quindi le emissioni inquinanti dei mezzi adibiti alle consegne a domicilio.

"L'E-commerce – ha dichiarato Piero Capodieci, Presidente di Comieco - è una realtà economica significativa che non è più affare esclusivo delle imprese ma coinvolge un grande numero di consumatori e di famiglie. E la crescita registrata nel 2002 assume ancor più valore se confrontata con la crisi degli investimenti nel settore dell'Information Technology. Nella sua versione B2C (vendite dirette al consumatore finale) non è più un fenomeno d'élite, e non riguarda più solo la musica, il software e i libri. Si tratta di un fenomeno che però rischia di avere un notevole impatto sull'ambiente, con particolare riferimento al problema dello smaltimento degli imballaggi che arrivano insieme al prodotto al consumatore finale, e a quello delle emissioni inquinanti degli autoveicoli".

Comieco è il Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica.

Aderiscono a Comieco circa 3.600 imprese della filiera cartaria. Compito istituzionale del Consorzio è il raggiungimento degli obiettivi di riciclaggio e di recupero degli imballaggi a base cellulosica fissati dalla Direttiva 94/62 CE e recepiti dalla legislazione nazionale. Comieco stipula accordi (o convenzioni) con Comuni, Consorzi di Comuni o gestori del servizio di raccolta differenziata. Il Consorzio sulla base di questi contratti versa un corrispettivo economico ai Comuni per il servizio di raccolta differenziata dei materiali cellulosici e garantisce il loro avvio al riciclo.

Comieco ha sottoscritto 489 convenzioni, che coinvolgono 4.702 Comuni e quasi 42 milioni di Italiani nella raccolta differenziata di carta, cartone e cartoncino (dati aggiornati al 31 dicembre 2002).

Per ulteriori informazioni:

Dario Venegoni

Tel. 02 711961

Cell. 347 4274022

Comieco -----

Via Pompeo Litta, 5 - 20122 Milano

telefono 0255024.1 int. 203-207 fax 0254050203

Internet: <http://www.comieco.org> e.mail: comunicazione@comieco.org