



## Convegno **Civismo e ambiente: l'Italia che ricicla**

Ecomondo - Rimini Fiera - Via Emilia 155, 47900 Rimini  
Giovedì 23 ottobre 2003, ore 10.00- 13.00

### **Il caso Coop** **(Abstract)** **Ulisse Pedretti** **Responsabile Innovazione, Imballaggio e Tutela Ambientale**

Per COOP, un'azienda di distribuzione che ha un fatturato annuo di circa 10 miliardi di Euro, approcciare il tema del riciclo è una cosa importante sotto un numero veramente grande di aspetti. Se poi aggiungiamo che questa stessa azienda è fortemente impegnata sul fronte ambientale, andando ad individuare l'ambiente come uno dei punti più importanti della propria politica di differenziazione e connotazione, la valutazione e la pratica attorno al riciclo è evidentemente di vitale rilievo.

Il riciclo aperto, cioè quel tipo di riciclo che si pratica quando i materiali escono dalla filiera di riferimento e vi ritornano quando hanno svolto la funzione per la quale sono stati prodotti, è facile da definire e tracciare a grandi linee.

Gli imballaggi partono dai fornitori e COOP si occupa di svuotarli per offrire al consumatore la possibilità dell'acquisto allestendo i banchi di vendita. Subito quegli stessi imballaggi utilizzati per trasportare i beni presso la COOP vengono catturati e tramite il lavoro di CONAI e COMIECO riportati negli impianti capaci di ricatapultarli sul mercato come tanti altri imballi pronti a svolgere lo stesso lavoro..... e così per tante volte.

Vale la pena di dire che senza questa attività, COOP non riuscirebbe a finire una giornata di lavoro serenamente; infatti in capo ad un anno sono decine e decine le migliaia di tonnellate di carta e cartone, oltre ad altri materiali, che vengono prelevate dai Supermercati e Ipermercati COOP. Il lavoro però non è finito, perchè rimangono da raccogliere tutti gli imballi primari catturati dalle raccolte differenziate di vario tipo.

Ed ecco che la struttura capillare dei servizi e dei recuperatori si muove per portare in cartiere e negli altri impianti i materiali da riciclare. In questo secondo caso la raccolta è più complessa e più impattante, vista la polverizzazione sul territorio dei punti di conferimento.

COOP ha cominciato a considerare organicamente il mondo del recupero e del riciclo a partire dagli anni '90 e dopo circa un decennio di attività specialistica sul tema affronta il presente con alle spalle tutta una serie di esperienze che le consentono di "spendere" realizzazioni che sul mercato hanno anche segnato dei momenti di innovazione e di eccellenza.

Nel 1996 COOP ha redatto un manualetto tecnico dal titolo "Caratteristiche degli imballaggi" - linee guida operative - che ha offerto, a tutti gli attori del sistema industriale e commerciale, la possibilità di toccare con mano ciò che COOP intendeva come imballaggio environmental friendly e logistic friendly. Infatti si spazia su vari aspetti legati agli imballaggi per fotografarne le caratteristiche positive al fine di rendere la vita più facile a tutti gli attori del processo inclusi gli steps legati al riciclo dei materiali.

Questo opuscolo, oltre alle attività svolte in seno a ECR riguardanti gli aspetti del Packaging Waste legati all'imminente nascita del CONAI furono, nel 1996, due pietre miliari di COOP come soggetto attivo nel flusso dei materiali e dei rifiuti di imballaggio.

Oggi a distanza di tre anni dalle prime statistiche redatte sull'innovazione del prodotto COOP possiamo dire che le attività di cambiamento riferiti ai sistemi d'imballo hanno dato significativi



**LEGAMBIENTE**



risultati in ambiti diversi. Si spazia dalla riduzione degli aspetti quantitativi per implementazione di

nuove linee d'imballaggio, alla eliminazione degli imballi considerati sovrabbondanti e per ultimo ad una esperienza di cartone riciclato al 100% che sarà presentato sia nel dossier di Prevenzione CONAI del prossimo anno oltre che all'OSCAR dell'imballaggio 2004.

Si tratta di una combinazione, considerata da COOP ottimale nell'utilizzo di materiali riciclati al 100% che riescono, insieme, a dimostrare che il riciclo non solo è possibile ma può essere una vera e propria way of thinking per lo sviluppo di prodotti innovativi a fronte di nuove e più severe richieste del mercato.