

CARELLI DI PLASTICA

Nota metodologica

Nei mesi scorsi Greenpeace e ilfattoquotidiano.it, nell'ambito dell'iniziativa "Carrelli di Plastica"¹, hanno inviato un questionario alle principali insegne della Grande Distribuzione Organizzata (GDO) operanti in Italia - Conad, Selex, COOP, Esselunga, Gruppo Végé, Eurospin, LIDL e Sogegross - e rappresentative di oltre il 70% delle quote di mercato. L'obiettivo era quello di comprendere come le varie catene di supermercati italiani stanno affrontando il problema legato all'abuso degli imballaggi in plastica monouso che alimenta una delle crisi ambientali più gravi dei nostri tempi: l'inquinamento da plastica.

Quasi tutte le aziende interpellate hanno risposto al questionario e le informazioni ricevute sono state utilizzate per redigere la classifica. Per le aziende che non hanno risposto all'indagine (Conad, Gruppo Végé e Sogegross) la valutazione è stata effettuata tenendo conto delle informazioni pubbliche disponibili nei rispettivi bilanci di sostenibilità. Nello specifico è stato consultato quello relativo all'anno più recente nella prima metà del mese di settembre 2022.

Le performances valutate

I supermercati sono stati valutati per tre categorie, per un punteggio massimo di 100 punti:

- Trasparenza* (36 punti). Alle aziende è stato chiesto di condividere i volumi di plastica usa e getta (in termini di unità e tonnellate) venduti nel 2021, l'uso di plastica riciclata e l'impiego di imballaggi riutilizzabili;
- Impegni volontari* (54 punti). Obiettivo capire quali politiche aziendali vengono introdotte per ridurre l'uso del monouso in plastica, incrementare l'impiego di plastica riciclata per confezionare i prodotti e incrementare la disponibilità di prodotti venduti in modalità sfusa o con ricarica. Nell'ambito di questa categoria sono stati valutati anche gli impegni per eliminare l'uso di tutte quelle plastiche monouso non riciclabili, gli imballaggi superflui e le iniziative utili a migliorare il design del packaging.
- Supporto a politiche* (10 punti). In questa categoria rientra il supporto dei supermercati all'introduzione in Italia del sistema di deposito su cauzione, o DRS², per tutti i contenitori per le bevande (in plastica, vetro, alluminio etc.), la posizione delle aziende in merito alla possibilità di incrementare il ricorso a bottiglie riutilizzabili e, più in generale, il supporto a tutte quelle politiche volte a ridurre il ricorso al packaging in plastica usa e getta.

Tabella 1. Valutazione delle aziende per le varie categorie. Verde= bene; Giallo = Non è abbastanza; Rosso = Non ci siamo

Azienda	Trasparenza (36)	Impegni volontari (54)	Supporto politiche (10)	Totale
Selex	2,33	32	4	38,33
LIDL	1,33	25	6	32,33
COOP	7,66	23	0	30,66
Esselunga	10,66	12	5	27,66
Eurospin	6,66	15	0	21,66
CONAD	4,33	6	0	10,33

¹ <https://www.ilfattoquotidiano.it/2022/03/31/crisi-energetica-dove-intervenire-la-plastica-monouso-e-il-36-del-totale-richiede-sempre-piu-petrolio/6504519/>

² <https://www.buonrendere.it/>

Gruppo Végé	0	1	0	1
Sogegross	0	0	0	0

Valutazione sintetica aziende³

Selex

Principali insegne: Famila, Ali, Elite, GROS, etc.

Trasparenza ☹. L'azienda non ha fornito i dettagli relativi all'uso complessivo di packaging in plastica e nemmeno quelli relativi ai propri marchi (*private label*). Non è stato fornito alcun numero sugli imballaggi riutilizzabili. Alcune buone performances invece sul crescente ricorso all'uso di plastica riciclata

Impegni volontari ☹. L'azienda è risultata la migliore per quel che riguarda gli impegni presi, soprattutto per i propri marchi: 1) riduzione del 30% dell'uso di plastica entro il 2025 (già raggiunto l'obiettivo di riduzione del 15% rispetto ai livelli di consumo del 2020) 2) aumentare la vendita di prodotti sfusi o con sistema di ricarica (non sono stati però forniti gli obiettivi numerici da raggiungere entro il 2025) 3) aumento dell'impiego di plastica riciclata (50% al 2025). Mancano tuttavia obiettivi generali sulla riduzione degli imballaggi che vanno oltre le *private label*. Apprezzabile la presenza di linee guida sugli imballaggi per i fornitori, oltre a interventi sul packaging superfluo e l'eliminazione di alcune plastiche non riciclabili.

Supporto a politiche ☹. L'azienda non ha una posizione chiara sull'introduzione del DRS, ma è favorevole all'inserimento di quote di contenitori riutilizzabili per i produttori di bevande oltre a regimi fiscali agevolati per la plastica riciclata.

LIDL

Trasparenza ☹. L'azienda non ha condiviso i dettagli relativi all'uso complessivo di packaging in plastica e nemmeno quelli relativi ai propri marchi (*private label*). Sono state fornite solo le percentuali di uso di plastica per le diverse categorie di prodotti (bevande, detergenti, etc). Nessuna indicazione circa le quantità di imballaggi riutilizzabili messi in commercio.

Impegni volontari ☹. L'azienda ha obiettivi chiari e definiti riguardo l'eliminazione della plastica per il packaging (-20% entro il 2025) e il crescente ricorso a materiale riciclato entro il 2025, come già dimostrano alcuni interventi in essere. Nessun impegno invece per incrementare la vendita sfusa o con sistemi di ricarica.

Supporto a politiche ☹. L'azienda accoglie con favore l'introduzione del DRS in Italia e altre politiche utili a migliorare l'economia circolare.

COOP

Trasparenza ☹. L'azienda non ha fornito i dettagli relativi all'uso complessivo di packaging in plastica e nemmeno quelli relativi ai propri marchi (*private label*). Non è stata condivisa alcuna informazione sugli imballaggi riutilizzabili messi in commercio. Qualche buon numero invece sul crescente ricorso all'uso di plastica riciclata (l'azienda ha aderito sin dal 2018 alla Pledging Campaign della Commissione UE) e l'uso di cassette riutilizzabili per la logistica di prodotti quali carne, pesce e ortofrutta.

Impegni volontari ☹. L'azienda è risultata tra le migliori per quel che riguarda il crescente impiego di plastica riciclata. Inoltre, COOP è impegnata in numerosi progetti legati alla vendita di prodotti sfusi e con ricarica. Tuttavia, al di là numerose scelte apprezzabili in tale direzione (inclusi alcuni

³ Legenda ☺ Bene, ☹ Non è abbastanza, ☹ Non ci siamo

impegni sull'ecodesign del packaging), mancano obiettivi generali sulla riduzione degli imballaggi che vanno oltre l'impiego di plastica riciclata e che permettano di incrementare la vendita di prodotti venduti in modalità sfusa o con ricarica.

Supporto a politiche ☹. L'azienda non ha risposto alle nostre domande.

Esselunga

Trasparenza ☹. L'azienda, pur non raggiungendo la sufficienza, è risultata la migliore in questa categoria, fornendo i dettagli sull'uso di packaging in plastica per i propri marchi a cui si aggiunge la condivisione di alcuni buoni numeri sull'uso di plastica riciclata. Buono l'impegno per l'uso di cassette riutilizzabili per la logistica di prodotti a marchio Esselunga.

Impegni volontari ☹. L'azienda si è distinta per il crescente ricorso a imballaggi fabbricati in materiale riciclato e all'eliminazione di packaging non riciclabile. Apprezzabile, inoltre, la presenza di linee guide sul design degli imballaggi per i fornitori. L'assenza di una strategia a lungo termine, corredata da quantità e scadenze per ridurre l'uso complessivo di imballaggi e incrementare la vendita sfusa o con sistemi di ricarica, penalizza la valutazione dell'azienda.

Supporto a politiche ☹. L'azienda accoglie con favore l'introduzione del DRS in Italia.

Eurospin

Trasparenza ☹. L'azienda non ha fornito i dettagli relativi all'uso complessivo di packaging in plastica e nemmeno quelli relativi ai propri marchi (*private label*). Non è stato fornito alcun numero sulle quantità di imballaggi riutilizzabili messi in commercio. Buoni numeri invece sull'uso di plastica riciclata e l'impiego di cassette riutilizzabili per la logistica dell'ortofrutta.

Impegni volontari ☹. L'azienda è risultata tra le migliori per quel che riguarda il crescente impiego di plastica riciclata. Inoltre, Eurospin ha già eseguito interventi per ridurre l'uso di packaging in plastica per numerosi prodotti. L'assenza di una strategia a lungo termine, corredata da quantità e scadenze, volta a ridurre l'uso complessivo di imballaggi e incrementare la vendita sfusa o con sistemi di ricarica, penalizza la valutazione dell'azienda.

Supporto a politiche ☹. L'azienda non ha risposto alle nostre domande.

CONAD

Trasparenza ☹. L'azienda non ha risposto al questionario e nel più recente bilancio di sostenibilità non sono disponibili dati relativi ai numeri e alle quantità di packaging in plastica utilizzati, né quelli relativi agli imballaggi riutilizzabili o all'uso complessivo di plastica riciclata. L'azienda è impegnata nell'uso di cassette riutilizzabili per la logistica di prodotti, oltre che nell'implementazione di alcune isolate iniziative per incrementare il ricorso a plastica riciclata per il confezionamento di alcuni prodotti.

Impegni volontari ☹. Nessun impegno (con scadenze e quantità) per ridurre complessivamente il consumo di plastica e far aumentare le quantità di prodotti venduti in modalità sfusa o con ricarica.

Supporto a politiche ☹. L'azienda non ha risposto alle nostre domande.

Gruppo Végé

Principali insegne: Bennet, Multicedi, Moderna, GDA, ISA etc.

Trasparenza ☹. L'azienda non ha risposto al questionario e non sono disponibili informazioni sull'uso complessivo di packaging in plastica, né quelli relativi agli imballaggi riutilizzabili o all'uso complessivo di plastica riciclata.

Impegni volontari ☹. Nel bilancio di sostenibilità più recente viene identificato come prioritario "un corretto sistema di riutilizzo/riduzione degli imballaggi". Tuttavia, non vengono forniti dettagli su

numeri e piani aziendali (e relative scadenze temporali) utili a redigere la presente classifica. Viene però dato conto di poche iniziative di alcune imprese associate al gruppo utili a incrementare l'uso di plastica riciclata.

Supporto a politiche ☹. L'azienda non ha risposto alle nostre domande.

Sogegross

Principali insegne: Basko, Ekom, Doro, etc.

Trasparenza ☹. L'azienda non ha risposto al questionario e non rende disponibili al pubblico sul proprio sito le informazioni necessarie a redigere la classifica.

Impegni volontari ☹. Nessun impegno pubblico (con scadenze e quantità) per ridurre complessivamente il consumo di plastica e far aumentare le quantità di prodotti venduti in modalità sfusa o con ricarica.

Supporto a politiche ☹. L'azienda non ha risposto alle nostre domande.