



## Progetto LIFE10 ENV IT 000307 NO.WA

### Azione 3 - Attività 3.1

#### Organizzazione delle attività di mappatura

#### GENERALITÀ

Denominazione della buona pratica: DETERSIVI SELF SERVICE

Promotore/i: REGIONE PIEMONTE, Direzione Ambiente, Settore Programmazione gestione rifiuti

Soggetti partner:

- Ente                       Ente pubblico/GDO                       GDO
- altro (specificare) Ecologos

Principali attività:

- Campagna di comunicazione su riduzione rifiuti
- Riduzione imballaggi, tra cui
- Riduzione imballaggi banco gastronomia
  - Vendita prodotti con ricariche (detersivi, lamette, pile ecc..)
  - Vendita prodotti con vuoto a rendere (acqua, vini),
  - Vendita prodotti con ridotto imballaggio (ecodesign)
  - Utilizzo cassette/pallet riutilizzabili
  - Altro (specificare)
- Vendita prodotti sfusi o alla spina (specificare quali): detersivi
- Vendita prodotti ecologici (pannolini riutilizzabili, batterie ricaricabili etc.), prodotti Ecolabel o con altre certificazioni ecologiche
- Riutilizzo prodotti invenduti (alimentari e non alimentari). In particolare:
- Cessione ad associazioni benefiche
  - Sconti al consumatore per prodotti prossimi alla scadenza
  - Altro (specificare)uso tessuti esistenti
- Mercati del riuso





## Progetto LIFE10 ENV IT 000307 NO.WA

Altre azioni di prevenzione:

Data inizio attività: da luglio 2005 a dicembre 2008. Dal 2009 l'iniziativa prosegue a cura della GDO e dei produttori di detersivi, senza intervento regionale.

Stato dell'attività :  in itinere  conclusa  altro(specificare)

Paese, Regione, Località in cui le attività sono state sviluppate: Piemonte

Abitanti: 4.200.000

Contatti: [settore.rifiuti@regione.piemonte.it](mailto:settore.rifiuti@regione.piemonte.it)

Link utili: <http://extranet.regione.piemonte.it/ambiente/rifiuti/>

### DESCRIZIONE

#### 1. BREVE DESCRIZIONE DELL'ATTIVITA'

*Si prega di fornire una sintetica descrizione dell'attività sottolineando il valore aggiunto della vostra pratica per la categoria selezionata.*

Il progetto "detersivi self service" è un percorso di ricerca per la riduzione dei rifiuti alla fonte. Mira a far diminuire i rifiuti da imballaggio, spesso abbondanti e che hanno un forte impatto ambientale al momento della loro produzione e smaltimento, inserendo all'interno della GDO, distributori self service di detersivi e relativi contenitori riutilizzabili.

#### 2. ATTORI

*Indicare i principali soggetti coinvolti – gli attori chiave e gli altri stakeholders nello svolgimento dell'attività.*

10 catene commerciali, 3 produttori di detersivi.

#### 3. BENEFICIARI

*Gruppi target e beneficiari finali ai quali è rivolta l'iniziativa.*

Tutti i cittadini piemontesi e le catene commerciali con punti vendita in Piemonte (13).

## Progetto LIFE10 ENV IT 000307 NO.WA

### 4. OBIETTIVI

*Quali sono gli obiettivi generali e specifici nella riduzione dei rifiuti? (quantificare se possibile).*

- 1) Ridurre la produzione di rifiuti di imballaggio derivanti dall'acquisto e utilizzo di detersivi attraverso la diffusione della vendita di detersivi sfusi presso la GDO presente in Piemonte. Il progetto non si è prefissato un obiettivo quantitativo di riduzione, ma un obiettivo di diffusione della vendita sfusa di detersivi su tutto il territorio regionale (8 province).
- 2) Cambiare le abitudini di acquisto dei cittadini, orientandoli verso consumi più sostenibili. Indurre i cittadini ad acquistare il flacone una volta sola ed a riutilizzarlo riempiendolo di nuovo prodotto presso i distributori automatici presenti nei punti vendita della GDO.

### 5. ADOZIONE DI STRUMENTI VOLONTARI (se rilevante)

*Indicare se e quali strumenti - di comunicazione, economici e legislativi e volontari - sono stati utilizzati per lo sviluppo delle attività (esempi:, Agenda 21, strumenti-metologia di partecipazione, protocolli d'intesa, certificazioni, sistemi di gestione ambientale).*

- 1) Tavolo di lavoro e concertazione tra tutti i soggetti coinvolti al fine di individuare Linee guida condivise per la realizzazione del progetto;
- 2) Redazione di Linee guida in merito a: Logistica della fornitura dei detersivi sfusi dalla produzione al punto vendita, individuazione delle caratteristiche principali e delle tecnologie appropriate per la macchina erogatrice, caratteristiche del flacone riutilizzabile, etichettatura, tipologie di detersivi in distribuzione e prezzi di vendita, attività di comunicazione presso i punti vendita, attività di comunicazione verso i cittadini;
- 3) Installazione, su ciascuna macchina erogatrice, di un calcolatore per il conteggio dei flaconi riutilizzati, munito di display per visualizzarne il numero;
- 4) Attività di assistenza tecnica e affiancamento al punto vendita prima dell'installazione del distributore automatico (formazione del personale) e successivamente all'avvio della fase sperimentale, svolto attraverso personale specializzato in grado di supportare i clienti e/o il personale del punto vendita nella risoluzione di problemi e/o difficoltà legate all'utilizzo della macchina erogatrice di detersivo;
- 5) Contributo economico di Euro 5.000,00 per ciascuna macchina erogatrice di detersivo installata; il contributo, nel rispetto del Reg. n. 1998/2006/CE (de minimis), è stato concesso al produttore/fornitore di detersivo a fronte della cessione della macchina in comodato d'uso gratuito al punto vendita per almeno 12 mesi e con obbligo di comunicare mensilmente alla Regione i dati di vendita dei detersivi ed il numero di flaconi riutilizzati.

## Progetto LIFE10 ENV IT 000307 NO.WA

### 6. DESCRIZIONE DEL PROCESSO

*Descrivere le modalità di realizzazione del progetto (azioni/fasi di lavoro)*

Dopo una prima fase di ricerca, volta ad individuare ed analizzare esperienze già attive sul territorio nazionale, sono stati effettuati incontri di presentazione dell’iniziativa ai rappresentanti delle catene della GDO presenti in Piemonte ed ai produttori di detersivi e detersivi aderenti ad ASSOCASA, l’associazione di categoria più rappresentativa a livello nazionale.

Il percorso è poi proseguito con un’attività di concertazione con i soggetti aderenti attraverso la creazione di un tavolo di lavoro finalizzato alla stesura di Linee guida condivise per l’attivazione della vendita sfusa di detersivi e per le attività di comunicazione.

- Adesione al progetto da parte delle catene commerciali della GDO e dei produttori/fornitori di detersivi attraverso la sottoscrizione di un modulo di impegno a partecipare al tavolo di lavoro e ad attivare la fase sperimentale del progetto;
- Istituzione di un tavolo di lavoro tra la Regione, i rappresentanti della GDO e dei produttori aderenti al progetto, finalizzato alla stesura di Linee guida condivise;
- Stipula di contratti di fornitura di detersivi da vendere sfusi e di comodato d’uso della macchina erogatrice (la Regione non è intervenuta nella scelta del fornitore, che è stata effettuata autonomamente dalla GDO sulla base di trattative commerciali con i produttori di detersivi aderenti al progetto);
- Attivazione di una fase sperimentale di vendita sfusa di detersivi, della durata di 12 mesi, in alcuni punti vendita di ciascuna catena commerciale aderente;
- Monitoraggio mensile dei litri di detersivo venduti e del numero di flaconi riutilizzati. Calcolo dei conseguenti benefici ambientali in termini di riduzione della produzione di rifiuti, di emissioni di CO2, di risparmio energetico e di acqua.

### 7. MONITORAGGIO

*Descrivere l’approccio metodologico adottato per il monitoraggio degli output e risultati:*

Il numero di flaconi riutilizzato è monitorato, per ciascuna macchina erogatrice, da un calcolatore che “registra” soltanto l’acquisto di detersivo effettuato con un flacone riutilizzato.

*Sono stati predisposti ex ante degli indicatori per misurare gli output e i risultati? Indicare la lista degli indicatori.*

## Progetto LIFE10 ENV IT 000307 NO.WA

### 8. RISULTATI DI RIDUZIONE DEI RIFIUTI

*Indicare in quale misura il progetto ha contribuito alla riduzione dei rifiuti:*

Dall'avvio della fase sperimentale del progetto (nov 2006) a luglio 2010 sono stati riutilizzati 780.000 flaconi, pari a circa 47 ton HDPE e 26 ton cartone.

1.283.500 litri di detersivi venduti (pari a 1.056.426 flaconi). Il 74% degli acquisti di detersivo è stato effettuato riutilizzando il flacone (fidelizzazione dei cittadini al servizio). A 4 anni dall'avvio della fase sperimentale del progetto nessun punto vendita ha rinunciato alla macchina erogatrice.

### 9. COSTI

*Quali sono i costi delle attività? Quali sono i ricavi delle attività (se esistenti)?*

Costi diretti a carico della Regione: Euro 610.000 (di cui 350.000 € per incarichi, 190.000 € per l'erogazione del contributo economico ai produttori/fornitori di detersivi per l'installazione delle macchine erogatrici, 70.000 € per attività di comunicazione). Il costo delle macchine erogatrici, pari a circa 10.000 €/cad, è stato sostenuto dai produttori/fornitori di detersivi.

### 10. FONTI DI FINANZIAMENTO

*Indicare la tipologia e la quota di finanziamenti disponibili e intercettati*

## ANALISI SWOT



## Progetto LIFE10 ENV IT 000307 NO.WA

SI PREGA DI COMPILARE IL SEGUENTE SCHEMA:

<p><b>PUNTI DI FORZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Per la mancata produzione di 780.000 nuovi flaconi in HDPE è stata evitata l'emissione di 130,5 ton di CO2 e sono stati risparmiati 2011 MWh di energia e 196x106 litri d'acqua.</li> <li>-</li> </ul>	<p><b>PUNTI DI DEBOLEZZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-mantenere in funzione la macchina erogatrice (verifica presenza detersivi, verifica presenza flaconi vuoti, pulizia della macchina, ecc).</li> <li>- adattare la macchina erogatrice alle esigenze di spazio/funzionalità dei singoli punti vendita;</li> </ul>
<p><b>OPPORTUNITA'</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- acquisti con modalità maggiormente sostenibili</li> <li>-</li> </ul>	<p><b>MINACCE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- necessità di grandi volumi di vendita per garantire un ammortamento del costo della macchina erogatrice in pochi anni (sistema di vendita automatico risulta adatto per ipermercati e supermercati di dimensione &gt; a 3500 mq)</li> <li>- difficoltà ad attirare nuovi "clienti"</li> </ul>