



# Progetto LIFE10 ENV IT 000307 NO.WA

## Azione 3 - Attività 3.1

### Organizzazione delle attività di mappatura

#### GENERALITÀ

Denominazione della buona pratica: ECOPOINT CRAI

Promotore/i: Privati - CRAI

Soggetti partner:

Ente                       Ente pubblico/GDO                       GDO

altro (specificare) Planet Life Economy Foundation

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): caffè, cereali, pasta, riso, caramelle, legumi, spezie, frutta secca.

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).....

Mercati del riuso





## Progetto LIFE10 ENV IT 000307 NO.WA

Altre azioni di prevenzione:

Data inizio attività: 2005

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

Paese, Regione, Località in cui le attività sono state sviluppate: Ulzio Val Susa - area olimpiadi invernali TO 2006

Abitanti:

Contatti:

Link utili: [www.plef.org](http://www.plef.org); Fonte: <http://www.federambiente.it>

### 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.*

Vendita di prodotti alimentari sfusi mediante erogatori automatici che permette di limitare la produzione di rifiuti riducendo il volume degli imballaggi.

Il progetto EcoPoint non solo contribuisce alla riduzione dei rifiuti da imballaggi, ma porta anche al consumatore un grande vantaggio in termini di risparmio economico, offre infatti la possibilità di acquistare sfusi prodotti che oggi esistono solo confezionati, quali caffè, cereali, pasta, riso, caramelle, legumi, spezie, frutta secca, andando così a ridurre l'impatto ambientale, generato oggi in Italia da più di 12 milioni di tonnellate di imballaggi, destinate in gran parte a trasformarsi in rifiuti.

Permette al consumatore di acquistare solo la quantità desiderata, utilizzando per il trasporto sacchetti di un materiale innovativo certificato, compostabile e biodegradabile, che possono essere utilizzati successivamente o smaltiti senza impatto ambientale. Si ottiene così una riduzione degli sprechi e del packaging, che si traduce in un risparmio energetico ed economico anche per il consumatore; privata infatti della "tradizionale confezione a perdere", la merce può costare fra il 10 e il 70% di meno.

L'EcoPoint si basa su contenuti tecnologici di avanguardia e altamente innovativi. Gli erogatori, realizzati a iniezione in policarbonato trasparente, sono idonei al contatto con alimenti, inalterabili nel tempo, molto solidi e resistenti ai raggi UVA, il che consente il prolungamento di fragranza e freschezza.



AMBIENTEITALIA



## Progetto LIFE10 ENV IT 000307 NO.WA

### 2. ATTORI

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

CRAI e Planet Life Economy Foundation.

### 3. BENEFICIARI

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

Cittadini.

### 4. OBIETTIVI

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

L'Eco Point di Crai nasce come applicazione dei principi elaborati dalla Planet Life Economy Foundation ([www.plef.org](http://www.plef.org)) nell'ambito del progetto Distribuzione Compatibile.

Obiettivo principale del progetto è la ricerca di soluzioni e modelli, da applicarsi in uno o più punti della filiera produzione - distribuzione - consumo - riciclo dei prodotti di largo consumo, che comportino una riduzione dell'impatto ambientale dell'attività umana in questione ma con il contemporaneo mantenimento dell'equilibrio economico, necessario per la sostenibilità nel tempo dell'attività stessa. In questo senso l'obiettivo principale di Eco Point è quindi quello di dimostrare la validità anche competitiva della vendita sfusa, modalità non solo meno impattante sull'ambiente, ma oltretutto più conveniente per le tasche dei consumatori.

L'obiettivo è quello di arrivare a 50 Ecopoint nei prossimi 6 mesi e a 100 in un anno, con un risparmio da 5 a 7 milioni di confezioni.

### 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).*



## Progetto LIFE10 ENV IT 000307 NO.WA

### 6. DESCRIZIONE DEL PROCESSO

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

Nell'Eco Point si sperimenta una nuova forma distributiva - la vendita senza imballo - che permette di coniugare eco-compatibilità (riduzione degli imballaggi, minori sprechi di prodotto lungo la filiera, maggiore efficienza nella logistica) con il mantenimento di competitività (in termini di qualità e redditività) rispetto ai prodotti tradizionali nonché un risparmio per il consumatore. I sacchetti con cui il consumatore si porta a casa la merce, infatti, sono realizzati con lo speciale film NatureFlex, prodotto con pasta di legno ottenuta da apposite piantagioni rigenerabili.

### 7. MONITORAGGIO

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

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

### 8. RISULTATI DI RIDUZIONE DEI RIFIUTI

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

A fine Maggio 2008 gli EcoPoint sono 14 e si trovano a Oulx, in provincia di Torino - il primo inserito nel Giugno 2005 - Bardonecchia, Olbia, Arzachena, Oristano, San Donà di Piave, Roma, Cotignola (Ravenna), Passo Ripe (Ancona), Moncalvo (Asti) e due a Lugo di Romagna (Ravenna). Accanto a questi sono stati inaugurati quello di Melito (Napoli), il primo di 20 nel Napoletano e in Campania entro il 2009, e quello di Terralba in provincia di Oristano. I risultati riportati sono talmente confortanti, che si prevede un risparmio di più di 850.000 confezioni a perdere in un anno in 14 EcoPoint.

### 9. COSTI

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

Fondi propri: 15.000 Euro



## Progetto LIFE10 ENV IT 000307 NO.WA

### 10. FONTI DI FINANZIAMENTO

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

### ANALISI SWOT

SI PREGA DI COMPILARE IL SEGUENTE SCHEMA:

<p><b>PUNTI DI FORZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- concreto interesse per le opportunità di risparmio</li> <li>-</li> <li>-</li> </ul>	<p><b>PUNTI DI DEBOLEZZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> </ul>
<p><b>OPPORTUNITA'</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> </ul>	<p><b>MINACCE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> <li>-</li> <li>-</li> </ul>