



Progetto LIFE10 ENV IT 000307 NO.WA

Azione 3 - Attività 3.1

Organizzazione delle attività di mappatura

GENERALITÀ

Denominazione della buona pratica: MERCATINO FRANCHISING - S.r.l. Verona

Promotore/i: Ente gestore/società - Mercatino Franchising

Soggetti partner:

- Ente Ente pubblico/GDO GDO
- altro (specificare) Associazione Ambientalista Europea Mondo da Ri-Usare - Commissione Ambiente Senato della Repubblica - Legambiente - Occhio del Riciclone

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):.....
- 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: riutilizzo di prodotti usati

Data inizio attività: 1995

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

Paese, Regione, Località in cui le attività sono state sviluppate: Comune di Verona

Abitanti:

Contatti: Presidente Dott. Gianni Perbellini, perbellini@mercatinousato.com, tel. 045 8203355/cell. 348 4220113

Ufficio Stampa, Dott.ssa Simona Tafuri, ufficiostampa@mercatinousato.com, cell. 348 4220114

Link utili: <http://www.mercatinousato.com/>

<http://www.mondodariusare.it/>

<http://www.ecomercatino.com/dblog/>

<http://www.mercatinobazar.com/>

<http://www.oggice.it/>

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.

Per la prima volta in Italia, nel 1995, Mercatino Franchising, S.r.l. di Verona, idea e sviluppa un'attività: una catena di mercatini dell'usato, attualmente 180, che espongono gratuitamente oggetti usati che privati cittadini lasciano in conto vendita. "Mercatino" presta dunque un servizio che agevola il rapporto venditore - acquirente offrendo un'opportunità di risparmio per chi acquista e una possibilità di guadagno per chi vende, il tutto a Km 0 in un'ottica di sostenibilità e salvaguardia ambientale.

2. ATTORI

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

Associazione Ambientalista Europea Mondo da Ri-Usare - Commissione Ambiente Senato





Progetto LIFE10 ENV IT 000307 NO.WA

della Repubblica - Legambiente - Occhio del Riciclone, cittadini.

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).

La prevenzione della distruzione e/o invio in discarica di oggetti aventi ancora funzionalità futura. Calcolando un peso medio di 12 kg per ognuno dei 32.000.000 di oggetti venduti all'anno si può calcolare una prevenzione della trasformazioni rifiuti mediante riutilizzo pari a 384.000 tonnellate. La stima è del Mercatino srl. Questo significa che più dell'1% del totale potenziale del rifiuto italiano viene prevenuto grazie alla attività del mercatino! Questa stima deriva valutando il peso degli oggetti venduti sulla somma tra RU prodotto (32.500.000 tonnellate, nel 2007) e "rimesso in circolo" dalle attività di mercatino

$$32.000.000 \text{ pezzi venduti} \times 12 \text{ kg di peso medio} = 384.000 \text{ t}$$

$$32.500.000 \text{ t (RU prodotto in Italia nel 2007)} + 384.000 = 32.884.000 \text{ t}$$

$$384.000 / 32.884.000 = 1,17\%$$

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).

Strumenti volontari - strumenti di comunicazione/informazione

Attualmente la Mercatino Franchising propone ed attua in tutta Italia, ogni anno, una serie di iniziative rivolte all'ambiente, attraverso la sensibilizzazione del tema del riutilizzo degli oggetti quale migliore opzione ecologica a minor impatto ambientale, tra le iniziative compaiono: la Festa Nazionale del Riuso (settembre); Convegnistica itinerante "Mondo da Ri-usare" (novembre); RiciclArte (dicembre); La Settimana della Raccolta (febbraio); Vivere l'Usato (marzo); Corso di Ecologia Pratica "Usato Riuso Riciclo e Cooperazione" (aprile-maggio).

Progetto LIFE10 ENV IT 000307 NO.WA

6. DESCRIZIONE DEL PROCESSO

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

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:

Fondazione dell'Associazione Ambientalista Europea Mondo da Ri-Usare; 32 milioni di oggetti riutilizzati ogni anno; Restituzione media di 80 milioni di euro annui ai clienti "Mercatino".

La "Mercatino Franchising" rappresenta con i suoi 180 punti vendita e 1.250 addetti, il 5,50% dei punti vendita nazionali del settore dell'usato (cioè tutti i rivenditori di oggetti usati, ad esclusione degli antiquari e compreso il sommerso) e sviluppa circa il 12% del giro d'affari di settore (circa 130.000.000 di euro/anno), con una superficie nazionale complessiva di vendita di 120.000 mq, che si è incrementata nell'ultimo anno dell'11,2%.

9. COSTI

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



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>PUNTI DI FORZA</p> <ul style="list-style-type: none"> - partecipazione e collaborazione con i media nazionali - una rilevante e continua collaborazione con le istituzioni nazionali quali il Ministero dell'Ambiente - apertura nell'ultimo anno di ulteriori 25 mercatini dell'usato in tutt'Italia - 4.800.000 clienti abituali sul territorio nazionale 	<p>PUNTI DI DEBOLEZZA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Essere recepiti da alcune istituzioni, in particolare il mondo dell'istruzione - -
<p>OPPORTUNITA'</p> <ul style="list-style-type: none"> - - - 	<p>MINACCE</p> <ul style="list-style-type: none"> - - -