

Progetto LIFE10 ENV IT 000307 NO.WA

Azione 3 - Attività 3.1

Organizzazione delle attività di mappatura

GENERALITÀ

Denominazione della buona pratica: Vendita di prodotti sfusi negli ipermercati

Promotore/i: Privati - Auchan S.P.A.

Soggetti partner:

Ente Ente pubblico/GDO GDO

altro (specificare)

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): legumi, pasta, riso, cereali per la prima colazione, caffè, salatini, caramelle, cioccolato, confettate, 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: 2004

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

Paese, Regione, Località in cui le attività sono state sviluppate: ipermercati italiani di Ancona, Bari, Bergamo, Bussolengo, Cesano Boscone, Cinisello Balsamo, Concesio, Catania, Cuneo, Curno, Fiumicino, Giugliano, Mazzano, Siracusa Melilli, Merate, Modugno, Mugnano, Nerviano, Nola, Pescara, Roma, Sassari, Taranto, Torino, Venaria, Vicenza, Vimodrone.

Abitanti:

Contatti:

Link utili: 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.

In un'area dedicata degli ipermercati Auchan, il cliente ha la possibilità di acquistare prodotti sfusi, estraendo la quantità desiderata da appositi dispenser a gravità, mediante appositi sacchetti, riducendo costi, sprechi e rifiuti.

L'obiettivo del servizio è quello di coniugare il massimo della convenienza (i prodotti sfusi sono in assoluto i più convenienti all'interno dell'ipermercato, visto che garantiscono uno sconto ulteriore del 5% sui prezzi più bassi dell'iper, cioè quelli contraddistinti dal simbolo "Il meno caro") con un approccio responsabile in termini di riduzione degli sprechi (ognuno può acquistare la quantità desiderata) e di riduzione dell'impatto ambientale derivante dagli imballaggi dei prodotti.

2. ATTORI

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

Consumatori

Progetto LIFE10 ENV IT 000307 NO.WA

3. BENEFICIARI

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

Consumatori

4. OBIETTIVI

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

- Riduzione degli imballaggi;
- Riduzione degli sprechi di prodotto;
- Riduzione dei costi per il cliente.

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).

6. DESCRIZIONE DEL PROCESSO

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

L'assortimento dei prodotti venduti sfusi può variare leggermente da ipermercato a ipermercato ma comprende in linea di massima le seguenti categorie: legumi, pasta, riso, cereali per la prima colazione, caffè, salatini, caramelle, cioccolato, confettate, frutta secca.

Progetto LIFE10 ENV IT 000307 NO.WA

7. MONITORAGGIO

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

Allo Stato di attuazione attuale (marzo 2008), la vendita di prodotti sfusi è presente nei seguenti ipermercati Auchan in Italia: Ancona, Bari, Bergamo, Bussolengo, Cesano Boscone, Cinisello Balsamo, Concesio, Catania (2), Cuneo, Curno, Fiumicino, Giugliano, Mazzano, Siracusa Melilli, Merate, Modugno, Mugnano, Nerviano, Nola, Pescara (2), Roma, Sassari, Taranto, Torino, Venaria, Vicenza, Vimodrone.

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:

L'iniziativa è in via di graduale estensione ai 47 ipermercati Auchan attualmente presenti in Italia.

Auchan è stato il primo operatore della Grande Distribuzione a promuovere la vendita di prodotti sfusi in Italia. L'iniziativa ha riscosso notevole successo sia tra i concorrenti che hanno realizzato progetti simili sia da parte dei clienti che hanno apprezzato la possibilità di coniugare risparmio con rispetto dell'ambiente.

9. COSTI

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

10. FONTI DI FINANZIAMENTO

Indicare la tipologia e la quota di finanziamenti disponibili e intercettati

Nessun finanziamento.

ANALISI SWOT



Progetto LIFE10 ENV IT 000307 NO.WA

SI PREGA DI COMPILARE IL SEGUENTE SCHEMA:

<p><i>PUNTI DI FORZA</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - prodotti convenienti economicamente - - 	<p><i>PUNTI DI DEBOLEZZA</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - - -
<p><i>OPPORTUNITA'</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - - - 	<p><i>MINACCE</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - - -