



## Ecoacquisti Trentino

Accordo fra la Provincia autonoma di Trento e la Distribuzione Organizzata per la riduzione dei rifiuti





## Sommario

1. Premesse
2. l'Accordo Ecoacquisti 2003
3. l'Accordo Ecoacquisti 2010
  - L'accordo
  - Le azioni
  - La campagna comunicativa





## Premesse – i riferimenti istituzionali

- **Strategia Europea per lo Sviluppo Sostenibile** (2006) > per l'affermazione della sostenibilità è decisivo il cambiamento del modello di produzione e consumo
- **Strategia Nazionale per il Consumo e la Produzione Sostenibili** (Strategia SCP) (in fase di approvazione presso il MATTM) > identificherà nella Distribuzione Organizzata un attore chiave per la riduzione dell'impatto ambientale e il conseguimento di un consumo sostenibile nel settore alimentare





## Premesse – il consumatore

### Attenzione crescente del consumatore

- In provincia di Trento si segnala la **crescita** dei consumi di **prodotti ecologici, biologici e solidali** presso i punti vendita che li mettono a disposizione (v. “Rapporto sullo Stato dell’Ambiente della Provincia di Trento 2008”)





# Indagine progetto Promise (agosto 2010)

## “Il consumo sostenibile come stile di vita: il punto di vista dei consumatori”

- Oltre 6000 questionari compilati da consumatori Coop
- Conclusioni:
  - consapevolezza ambientale: 27% scarsa, 47% buona, 26% ottima
  - motivazioni d’acquisto: 18% “non guardo, non vedo, non sento”, 51% “guardaci tu”, 31% “ci guardo bene”
    - età mediana: alta consapevolezza e acquisti verdi
    - anziani: bassa consapevolezza e acquisti meno verdi
    - giovani: alta consapevolezza e acquisti meno verdi
  - 40% coerenza tra consapevolezza e scelte d’acquisto, 36% “non so, ma pratico”, 24% “so, ma non pratico”





## Premesse – l'offerta

### La risposta della Distribuzione Organizzata

- In Trentino, la Distribuzione Organizzata sta già rispondendo alle sollecitazioni.
- In particolare, sono **numerose le iniziative** del settore in campo ambientale registrate negli ultimi anni:
  - la distribuzione del detersivo sfuso,
  - le borse riutilizzabili,
  - le borse in Mater-Bi,
  - la distribuzione del vino sfuso,
  - la vendita di gasatori dell'acqua,
  - la vendita di pannolini lavabili,
  - il confezionamento in vaschette in PLA,
  - la promozione prodotti del commercio equo e solidale,
  - i prodotti biologici,
  - i prodotti Ecolabel

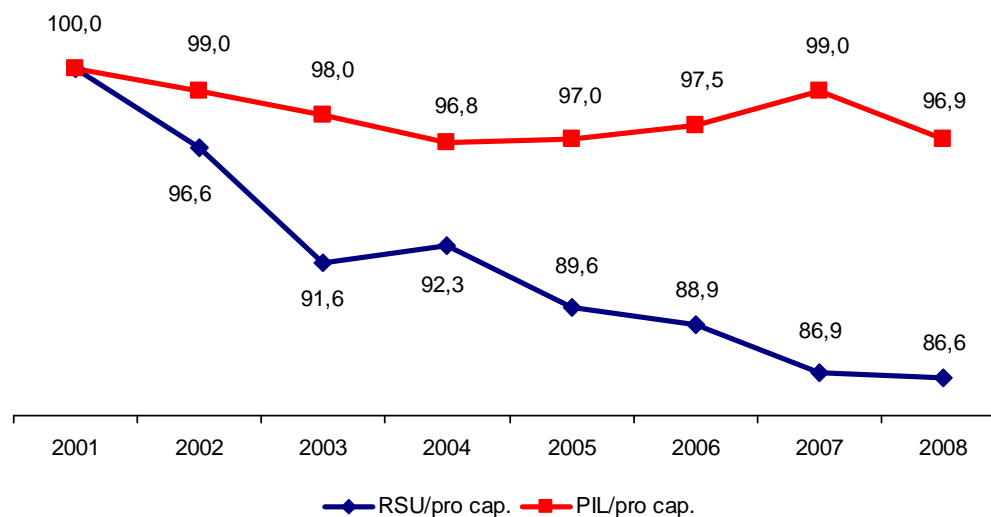






## Premesse – consumi e rifiuti

- Esiste una diretta **correlazione** tra i consumi e la produzione di rifiuti
- L'aumento dei consumi significa in genere aumento della produzione dei rifiuti
- **Politiche di produzione e consumo sostenibile** possono però invertire questa correlazione
- I punti vendita della **Distribuzione Organizzata**, in quanto luoghi in cui principalmente avviene l'attività di consumo, sono anche quelli in cui viene acquistata la maggior parte delle merci che diventeranno poi rifiuto urbano
- Si tratta quindi di soggetti che hanno un **ruolo decisivo** nel tentativo di ridurre la produzione di rifiuti, in particolare di quelli non riciclabili

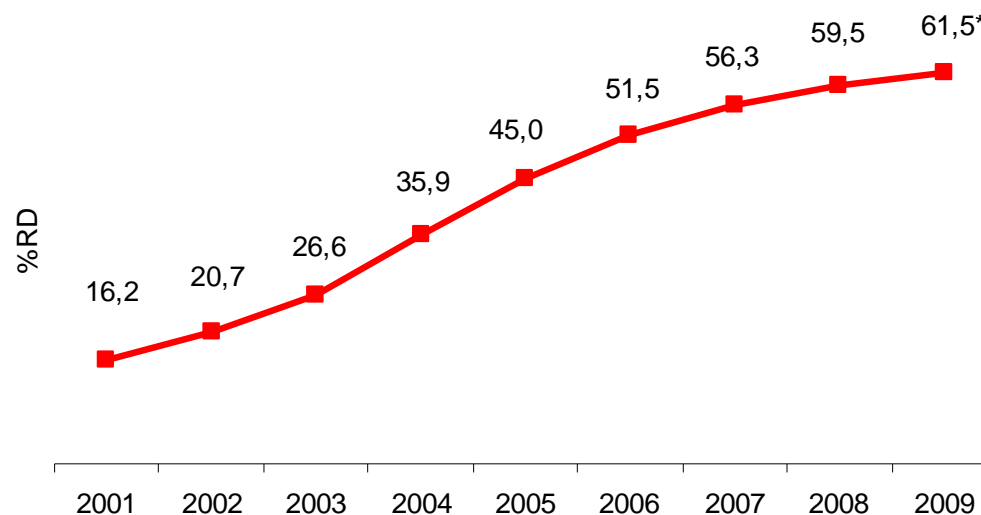


**Andamento della produzione di rifiuti solidi urbani e del prodotto interno lordo (base 100: 2001; 2001-2008)**  
[Fonte: elaborazione su dati del Servizio politiche di gestione dei rifiuti e del Servizio Statistica della PAT]



## Premesse – la politica provinciale di gestione dei rifiuti

- Predilige **la prevenzione ed il riciclo** degli stessi ancor prima del recupero



\* Nel calcolo della percentuale di RD è incluso lo spazzamento stradale

**Evoluzione della raccolta differenziata in Trentino (in percentuale; 2001-2009)**

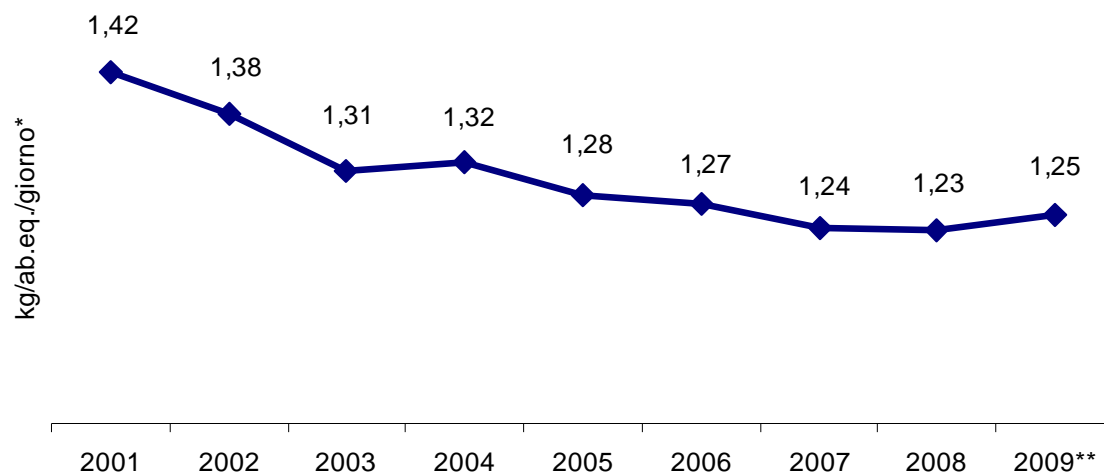
[Fonte: elaborazione su dati del Servizio politiche di gestione dei rifiuti della PAT]





## Premesse – la politica provinciale di gestione dei rifiuti

- Prevede la necessità di intervenire con **azioni di riduzione** della produzione dei rifiuti



\* Nel calcolo della percentuale di RD è incluso lo spazzamento stradale. Gli abitanti equivalenti sono calcolati sommando i residenti alle presenze turistiche di esercizi alberghieri, complementari, alloggi privati e seconde case

\*\* Dato provvisorio

**Evoluzione della produzione pro capite giornaliera di rifiuti solidi urbani (kg/ab./giorno; 2001-2009)**

[Fonte: elaborazione su dati del Servizio politiche di gestione dei rifiuti della PAT]



# l'Accordo Ecoacquisti – I edizione 2003

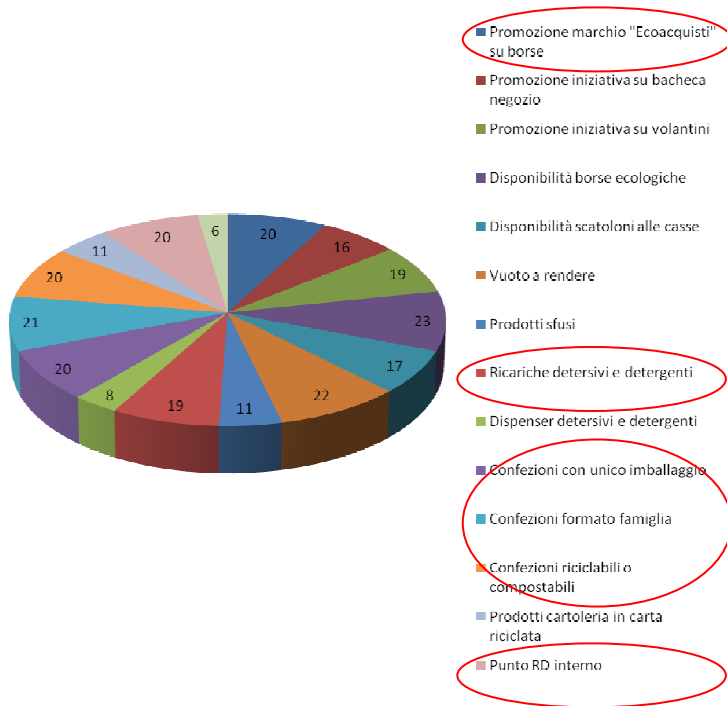
- La Provincia di Trento aveva attivato nel **2003** la **prima edizione** del progetto “Ecoacquisti”.
- Per **ridurre** la quantità di rifiuti prodotti dell'attività commerciale e **sensibilizzare** il consumatore sul tema.
- Il progetto aveva portato ad un **accordo di programma**, nel frattempo scaduto, tra la Provincia e la aziende della distribuzione alimentare al dettaglio
- Avevano aderito **108 punti vendita**.
- L'accordo affrontava la tematica della riduzione della produzione di rifiuti intervenendo sulle politiche di acquisto all'ingrosso e di distribuzione della merce al dettaglio.



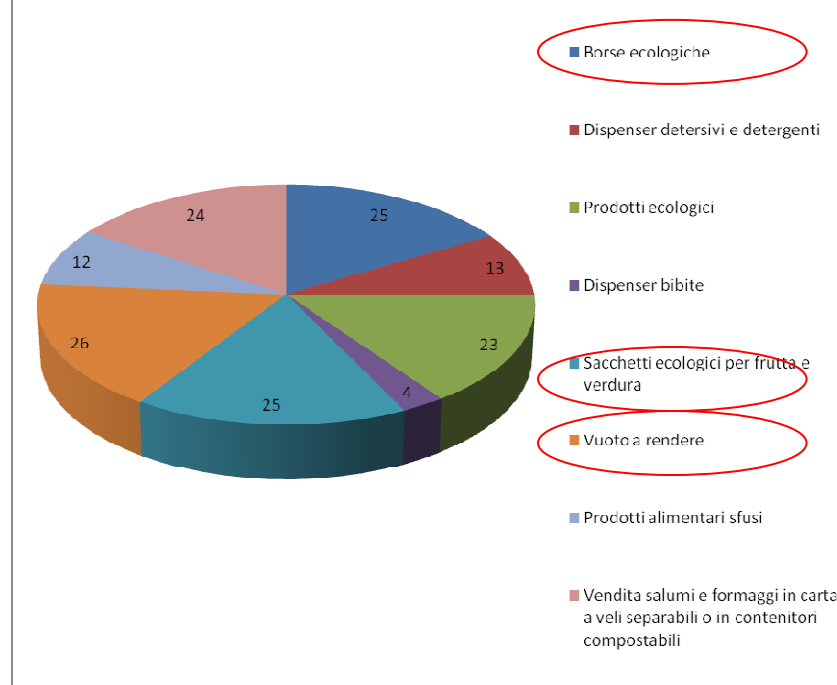


## L'Accordo Ecoacquisti 2010 – Il sondaggio

Rispetto al progetto a cui ha partecipato, quali sono state le azioni virtuose che ha realizzato nel suo punto vendita?



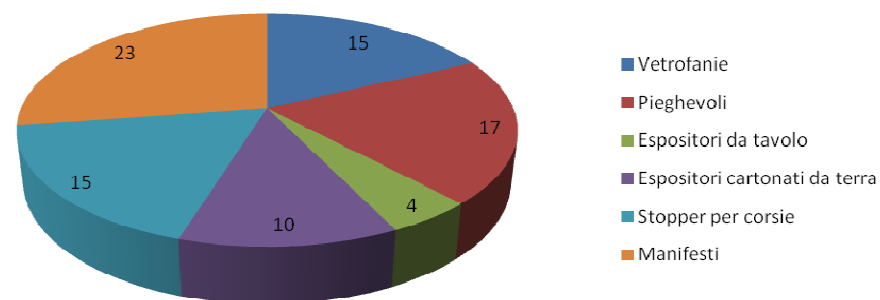
Quali azioni pensa siano oggi più realizzabili per il suo punto vendita?



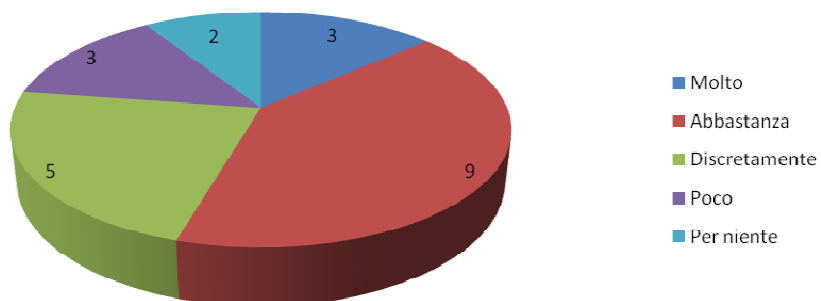


## l'Accordo Ecoacquisti 2010 – Il sondaggio

**Rispetto alla campagna di comunicazione, quali materiali ha ritenuto più utili per i suoi clienti?**



**Ha avuto riscontri positivi dalla sua clientela rispetto alla campagna realizzata?**





## l'Accordo Ecoacquisti – obiettivi

- sviluppare all'interno dei punti vendita azioni e iniziative volte alla **riduzione dei rifiuti**, sia nei rispettivi processi di lavorazione interna, sia nei confronti dei cittadini acquirenti
- svolgere attività di **sensibilizzazione** e di **informazione** nei confronti dei cittadini al fine di incentivare la scelta di prodotti a minore impatto ambientale





## l'Accordo Ecoacquisti – firmatari

- Il 26 maggio 2010 l'Accordo è stato firmato da:
  - Provincia autonoma di Trento
  - Conad-Dao (anche per le associate)
  - NaturaSi/L'Origine
  - Orvea
  - Poli
  - Sait (anche per le eventuali associate)







# l'Accordo Ecoacquisti – caratteristiche

- azioni > **accento maggiore su riduzione** che su riciclabilità
- attivazione di un **Tavolo di Concertazione** tra PAT e Distribuzione Organizzata
- istituzione di un vero e proprio **marchio registrato di parte terza**
- attività di **controllo** periodica sulla conformità
- promozione dell'iniziativa attraverso **l'educazione ambientale** scolastica ed extrascolastica
- attività di raccolta dati e **monitoraggio**





# Le azioni obbligatorie

### Azioni obbligatorie: per la riduzione dei rifiuti

1. Disponibilità di **sacchetti in tela** o altro materiale riutilizzabile e adeguata informazione nel punto vendita
2. Possibilità di utilizzare **cartoni vuoti** per portare a casa la merce e adeguata informazione nel punto vendita
3. Vendita di “**ricariche**” e adeguata informazione nel punto vendita
4. Vendita di acqua o vino o latte in bottiglie con **vuoto a rendere** e adeguata informazione nel punto vendita
5. Vendita di **pile ricaricabili** e adeguata informazione nel punto vendita
6. Cessione di **alimenti prossimi alla scadenza** ad associazioni benefiche e/o sconti al pubblico “last minute market” e adeguata informazione nel punto vendita
7. Adeguata **formazione** ai dipendenti sulla gestione dei rifiuti





## Le azioni facoltative/1

*Azioni facoltative: necessario totalizzare almeno 6 punti*

### Per la riduzione dei rifiuti (2 punti)

1. Vendita di **detersivi sfusi** (per piatti, pavimenti, vetri, bucato...) e adeguata informazione nel punto vendita
2. Vendita di almeno due categorie di **prodotti sfusi** diversi da frutta e verdura (pasta, cereali, legumi, caffè, caramelle) e adeguata informazione nel punto vendita
3. Vendita di **vino sfuso** e adeguata informazione nel punto vendita
4. Vendita di almeno due categorie di **prodotti Ecolabel** e adeguata informazione nel punto vendita
5. Vendita di almeno un modello di **pannolini lavabili** e adeguata informazione nel punto vendita
6. Vendita di almeno un modello di **gasatore per l'acqua** e adeguata informazione nel punto vendita

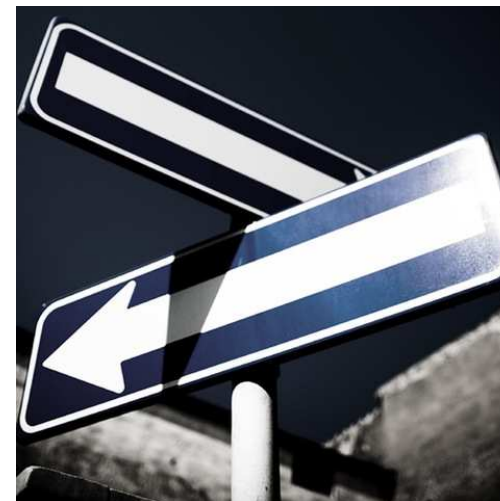




## Le azioni facoltative/2

### Per la migliore differenziazione (1 punto)

1. Disponibilità di **sacchetti in materiale compostabile** e adeguata informazione nel punto vendita
2. Vendita di salumi e formaggi in **carta a veli separabili**. In alternativa utilizzo di carta a veli separati o materiale plastico riciclabile
3. Vendita di **frutta (fresca e secca) e verdura in sacchetti compostabili**
4. I flaconi dei detersivi venduti sono realizzati per il 60% almeno in **plastica riciclata**
5. Possibilità di **scartare i prodotti acquistati** e lasciare gli imballaggi inutili e adeguata informazione nel punto vendita
6. Vendita di almeno un tipo di **piatti o bicchieri o posate in materiale compostabile** e adeguata informazione nel punto vendita
7. Vendita di pane e altri prodotti da forno in **contenitori compostabili**
8. Uso esclusivo di **carta ecologica** per i propri materiali informativi diffusi nel punto vendita





## Il dialogo tra PAT e DO

### Il Tavolo di Concertazione: un canale di comunicazione ambientale tra PAT e DO

- **Funzione di coordinamento e indirizzo**
  - formato da Provincia e soggetti della DO firmatari
  - definisce e coordina le iniziative operative
  - valuta i risultati ottenuti
  - introduce eventuali elementi innovativi che via via si ritenessero opportuni







## Le verifiche

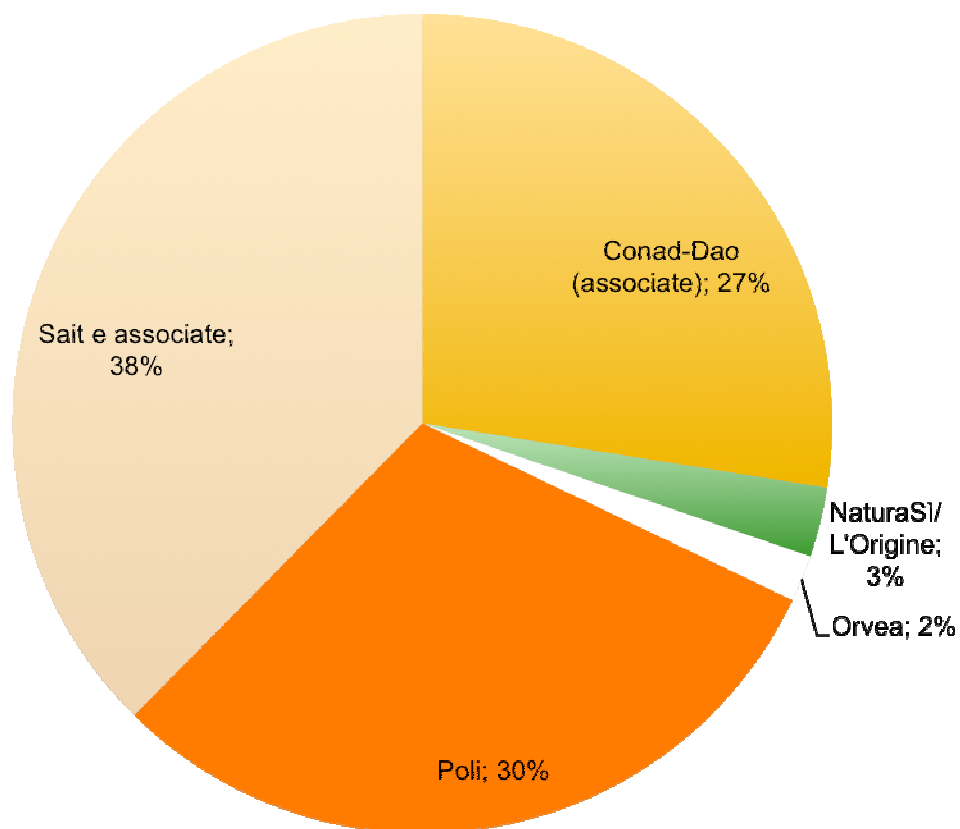
- **Comitato provinciale Ecoacquisti (funzioni di accreditamento e controllo)**
  - formato da Servizio Gestione Rifiuti e APPA
  - provvede al rilascio del marchio
  - provvede alla tenuta di un pubblico elenco dei punti vendita in possesso del marchio
  - provvede alla tenuta di un pubblico elenco dei verificatori accreditati
  - provvede alla sospensione o al ritiro del marchio nel caso sussistano le condizioni
  
- Il marchio viene rilasciato **previa verifica** dei soggetti accreditati
- **Primi rilasci:** 10 gennaio 2011
  
- **Verifiche periodiche** anche dopo il rilascio







## I punti vendita col marchio - proprietà

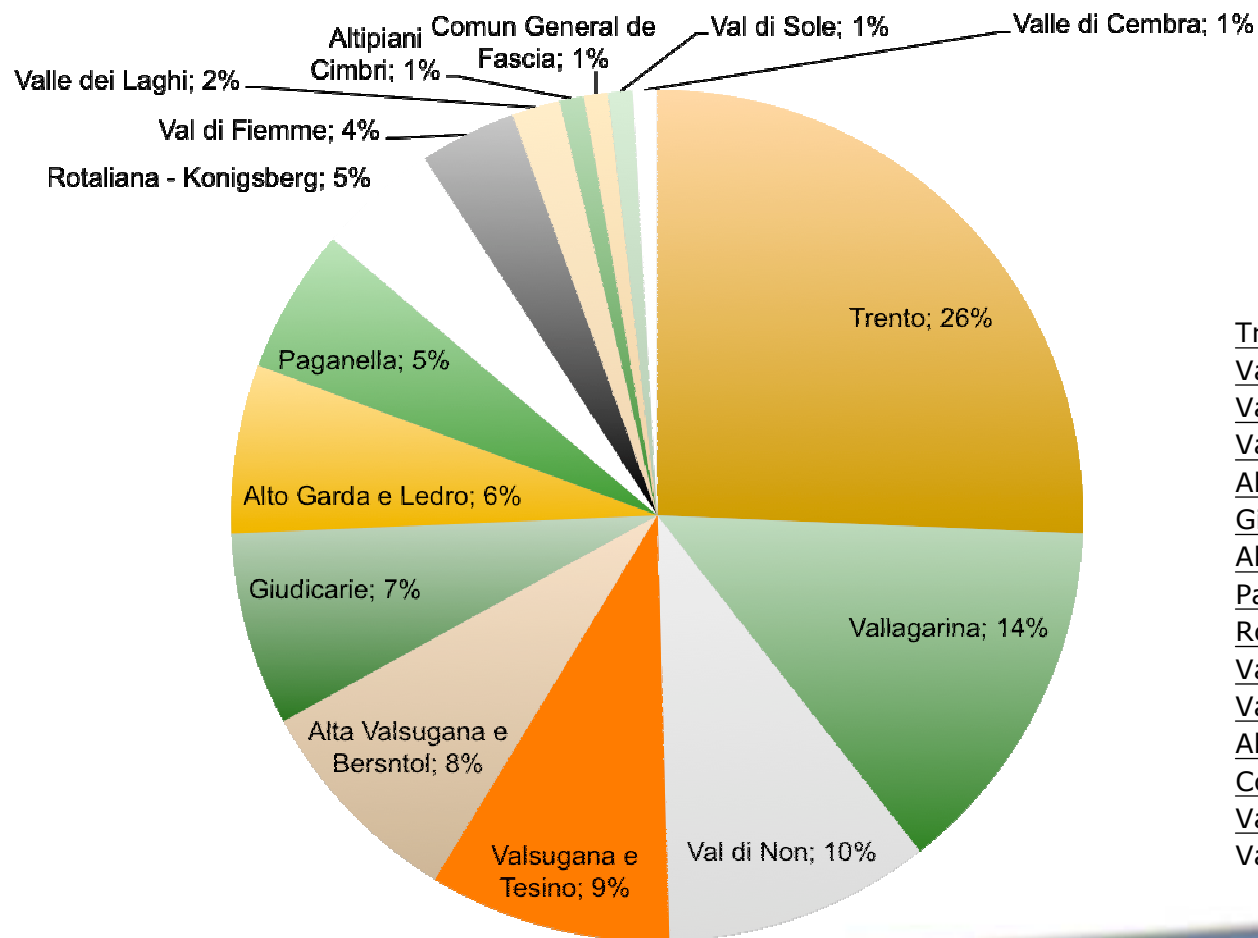


*Al 10 gennaio 2011,  
marchio rilasciato a  
**109 punti vendita***

Conad-Dao (associate)	30
NaturaSi/L'Origine	3
Orvea	2
Poli	33
Sait e associate	41



## I punti vendita col marchio - distribuzione



*Al 10 gennaio 2011,  
marchio rilasciato a  
**109 punti vendita***

Trento	28
Vallagarina	15
Val di Non	11
Valsugana e Tesino	10
Alta Valsugana e Bersntol	9
Giudicarie	8
Alto Garda e Ledro	7
Paganella	6
Rotaliana - Konigsberg	5
Val di Fiemme	4
Valle dei Laghi	2
Altipiani Cimbri	1
Comun General de Fascia	1
Val di Sole	1
Valle di Cembra	1



## La campagna comunicativa

- **Provincia di Trento**
  - finanziamento campagna comunicativa
  - fornitura materiale informativo
  - pubblicizzazione progetto tramite propri canali
  - organizzazione evento di restituzione dei risultati
  
- **Distribuzione Organizzata**
  - esposizione dei materiali informativi nei punti vendita
  - pubblicizzazione progetto tramite propri canali





## La campagna comunicativa

- Campagna di comunicazione ed educazione ambientale centrata sul marchio Ecoacquisti
- Da novembre 2010 a marzo 2011
  - **da novembre 2010:** apertura con canali PAT (rivista e “Pat Informa”)
  - **da dicembre 2010:** utilizzo di tutti i mass-media
  - **da gennaio 2011:** esposizione materiali informativi nei punti vendita
- **Autunno 2011:** previsto un richiamo della campagna



La tua spesa  
può aiutare l'ambiente.  
Ci avevi mai pensato?





## Educazione ambientale al supermercato

- I progetti “**Consumi e rifiuti**” ed “**Ecoacquisti in Trentino**” della **Rete trentina di educazione ambientale per lo sviluppo sostenibile (APPA)** prevedono la visita ai punti vendita trentini che hanno aderito all’accordo Ecoacquisti
- Il **supermercato**, da luogo in cui spesso entriamo per compiere gesti meccanici e non meditati, diventa così **luogo di maturazione di una consapevolezza ambientale** orientata alla riduzione dei rifiuti.







## Il monitoraggio

- Definizione di **indicatori** che permetteranno di valutare l'incidenza dell'iniziativa sulla produzione e la differenziazione dei rifiuti
- **DO**: fornitura informazioni e dati relativi alle diverse attività di riduzione individuate e in ordine ai risultati conseguiti
- **PAT**: valutazioni e calcoli in forma aggregata per definire l'effettiva riduzione di rifiuti perseguita con le diverse azioni.
- **PAT**: pubblicizzare i risultati del monitoraggio
  
- **Primi risultati: 2012**





# Ecoacquisti Trentino

Accordo tra PAT e DO per la riduzione dei rifiuti



## Contatti

APPA Trento

Settore informazione e monitoraggi

Tel.: 0461 497738

[sim.appa@provincia.tn.it](mailto:sim.appa@provincia.tn.it)

Servizio per le politiche di  
risanamento dei siti inquinati e di  
gestione dei rifiuti

Tel.: 0461 493677

[serv.bonificherifiuti@provincia.tn.it](mailto:serv.bonificherifiuti@provincia.tn.it)

Provincia Autonoma di Trento

ARGOMENTI  
PROVINCIA AUTONOMA  
PUNTO INFORMATIVO CITTADINI /IMPRESE  
TERRITORIO

13:02 - Gio. 10 Marzo 2011

## Ecoacquisti

Progetto della Provincia Autonoma di Trento per la riduzione dei rifiuti

Siete in: [Home](#) / [Pat Ecoacquisti](#)

Ricerca:

### » DESCRIZIONE E PRESENTAZIONE DEL SERVIZIO

## "ECOACQUISTI TRENTINO" PER PRODURRE MENO RIFIUTI

Di durata triennale (26 maggio 2010 - 26 maggio 2013), l'Accordo serve alla riduzione dei rifiuti nei punti vendita dei soggetti aderenti.



La Provincia autonoma di Trento, tramite l'attività del Dipartimento Urbanistica e Ambiente (Servizio Politiche Risanamento dei Siti Inquinati e Gestione Rifiuti) e dell'Agenzia provinciale per la protezione dell'ambiente (Settore informazione e monitoraggi), ha sottoscritto il 26 maggio 2010 un Accordo di programma con la Distribuzione Organizzata trentina, denominato "Ecoacquisti Trentino". Hanno sottoscritto l'Accordo i principali operatori del settore presenti in provincia: Sait, Poli, Conad-Doa, Orvea, Natura Si.

I punti vendita che ottengono il rilascio del marchio "Ecoacquisti" si impegnano ad attivare azioni finalizzate in primis alla riduzione dei rifiuti, ed in secondo luogo alla loro migliore differenziazione.

### PRIMO PIANO

- **Titolo Notizia primo piano**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
- **Titolo Notizia primo piano**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

- > IL TESTO DELL'ACCORDO
- > LE PROCEDURE DELL'ACCORDO ECOACQUISTI
- > PER I PUNTI VENDITA
- > PUNTI VENDITA CON IL MARCHIO
- > I VERIFICATORI ACCREDITATI
- > I MATERIALI INFORMATIVI

[www.ecoacquisti.provincia.tn.it](http://www.ecoacquisti.provincia.tn.it)