

IL RUOLO DEL RETAIL SPECIALIZZATO NELLA TRANSIZIONE CIRCOLARE DEL PAESE

Il Retail Specializzato ha un ruolo fondamentale nell'implementazione di un modello di Economia Circolare perché rappresenta la cerniera che unisce produzione e consumo e si prefigura, quindi, come elemento imprescindibile per favorire e diffondere i benefici derivanti dall'implementazione di modelli di sostenibilità ed Economia Circolare. Il settore, rappresentando l'anello finale di congiunzione con i consumatori e interfacciandosi a monte con produttori e addetti alla logistica, ha quindi una visione d'insieme dell'intero processo.

In particolare, sono cinque le azioni che il retail può mettere in pratica per abilitare una **trasformazione green** del settore:

1. imposizione di **standard di circolarità per i produttori**, a partire dalla necessità di rendere disponibili le parti di ricambio in tempi brevi e con procedure semplici;
2. interventi di **ammodernamento ed efficientamento energetico dei punti vendita**, ad esempio attraverso l'installazione di pannelli fotovoltaici e colonnine di ricarica e/o efficientando il sistema di illuminazione, riscaldamento e refrigerazione;
3. azioni di **educazione e sensibilizzazione verso i consumatori** in ottica di (i) adozione di stili di consumo più sostenibili e circolari, (ii) promozione di una maggiore consapevolezza sull'origine delle materie prime, il riciclo dei prodotti e le modalità di produzione dei beni venduti;
4. **garanzia e promozione del riciclo e di un corretto smaltimento dei rifiuti, a partire da quelli elettronici** (c.d. RAEE – Rifiuti da Apparecchiature Elettriche e Elettroniche), che richiedono una gestione specifica anche come fonte alternativa di approvvigionamento di materie prime critiche¹;
5. azioni di **ottimizzazione della catena logistica a partire dal rinnovo della flotta e dalla creazione di una rete condivisa** tra i diversi operatori del settore, finalizzata a promuovere la “reverse logistic”.

¹ Come evidenziato dallo Studio “Gli scenari evolutivi delle materie prime critiche e il riciclo dei prodotti tecnologici come leva strategica per ridurre rischi di approvvigionamento per l'Italia”, realizzato da The European House – Ambrosetti per Erion, se il tasso di raccolta dei rifiuti tecnologici in Italia si allineasse alla media europea potrebbero essere recuperate 1,6 mila tonnellate di materie prime critiche (pari al 2% delle materie prime critiche importate dalla Cina nel 2021).



Figura. Le azioni per un modello di green Retail. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, 2022.

APPROFONDIMENTI

Esempi virtuosi di Economia Circolare nel settore del Retail Specializzato

Nel settore dei Retail Specializzato, diverse aziende hanno iniziato ad attivare iniziative di Economia Circolare che vanno nella direzione di un modello di business più sostenibile. Si riportano di seguito alcuni esempi di iniziative virtuose nell'ambito della sostenibilità che non si esauriscono oltreoceano ma trovano la loro manifestazione anche nel contesto italiano.

— **KFC recupera e dona le eccedenze alimentari con Harvest Program.** KFC è la prima azienda della ristorazione a catena in Italia ad aver attivato un programma di recupero e donazione delle eccedenze alimentari, in partnership con la Fondazione Banco Alimentare. Il progetto Harvest è stato lanciato da KFC a livello mondiale nel 1992 ed ha consentito fino ad ora di recuperare e donare oltre 78 milioni di pasti coinvolgendo oltre 2700 organizzazioni non profit nei Paesi dove il progetto è attivo.

— **Il Gruppo Teddy sta portando una revisione del modello di business per renderla sempre più sostenibile.** Il Gruppo Teddy con l'iniziativa "Everyone can" intende integrare sempre più solidi principi di sostenibilità nel modo di fare impresa, per garantire una gestione virtuosa, la protezione dell'ambiente e la valorizzazione delle persone dentro e fuori l'azienda. L'iniziativa si articola lungo tre pilastri: 1) act right, 2) heal the planet, 3) care for people. I pilastri prevedono rispettivamente l'adozione di un sistema di governance che tenga conto degli impatti sociali e ambientali, l'utilizzo di

materie prime a minore impatto ed elevata sicurezza con costi e qualità adeguati per i consumatori e la costituzione di programmi e iniziative per abbattere le barriere sociali.

— **Il gruppo Mondo Convenienza si allea con Enel X Way per diffondere l’E-mobility in Italia.** La partnership prevede l’attivazione da parte di Enel X Way di almeno 10 caricatori ultrarapidi presso i punti vendita di Mondo Convenienza di 12 Regioni. La partnership rappresenta un passo importante nell’impegno verso un futuro più sostenibile, contribuendo concretamente alla diffusione della mobilità elettrica in Italia.

— **Kasanova unisce l’eccellenza del Made in Italy al progetto “Save the Planet” con la nuova linea di cottura Ekologica.** Ogni pentola della linea Ekologica è realizzata in alluminio 100% riciclato, abbattendo i costi energetici del 95% rispetto alla produzione di alluminio primario, riducendo l’impiego delle risorse ambientali e limitando le emissioni di CO₂. Inoltre, L’acquisto di una delle pentole comporta l’adozione di un albero.

— Nel mondo dell’abbigliamento un caso benchmark è quello di **Patagonia** che nel 2017 con il suo progetto **Worn Wear** è stata premiata per il suo contributo all’Economia Circolare. Introdotto nel 2013 con il messaggio di “If it’s Broke, Fix it”, il progetto Worn Wear incoraggia le persone a riparare i propri capi quando necessario e riciclarli una volta raggiunto il limite di utilizzo, con un impianto di riparazione a Reno, in Nevada, che ripara oltre 45.000 articoli all’anno.

Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su fonti varie, 2022.

PER INFORMAZIONI ALLA STAMPA

Lead Communication – Tel 02 860616 contact@leadcom.it

Anita Lissona, 335 498993, anita.lissona@leadcom.it

Alessandro Garavaglia, 3389099342, alessandro.garavaglia@leadcom.it