

## Rapporto alla Fiera nazionale di Bologna

# Energia e plastica, la via dei supermarket per la sostenibilità

**T**utta Italia fa la spesa al supermercato: 60 milioni di italiani ogni settimana, dicono i dati della grande distribuzione. È chiaro che un cambio di abitudini da parte di questa massa può incidere parecchio rispetto al grande tema della sostenibilità ambientale. E questo vale anche, rovesciando la prospettiva, per ciò che la distribuzione stessa può fare. Un rapporto su quanto viene fatto dalle catene distributive in questa direzione è stato stilato da The European House – Ambrosetti («Il contributo della Marca del Distributore alla sfida dello Sviluppo Sostenibile») e sarà presentato domani alla fiera «Marca» di Bologna: ne emerge che proprio la «Marca del Distributore» è uno dei pochi settori che possono impattare su tutti e 17 gli Obiettivi di sviluppo sostenibile 2030 dell'Onu, sposati dal 60 per cento dei Gruppi della distribuzione con provvedimenti che - dice la ricerca - «iniziano a dare i primi frutti». Esempi? Dopo l'introduzione dei sacchetti biodegradabili per l'ortofrutta i supermercati stanno eliminando le stoviglie in plastica monouso e richiedendo ai fornitori propri, quelli col marchio del supermercato, un livello sempre più elevato di sostenibilità: meno chimica, imballaggi riciclabili, tracciabilità. Il supermercato medio ha ridotto i consumi di elettricità del 30 per cento dal 2005 al 2017, ha consumato 112 milioni di litri di acqua in meno all'anno e ha aumentato il recupero di eccedenze alimentari, devolute in donazioni, di 6 volte negli ultimi 7 anni. Ma va coinvolta tutta la filiera: «Noi siamo - ricorda Giorgio Santambrogio, presidente dell'Associazione Distribuzione Moderna - solo il terminale del percorso che porta allo scaffale».

