

Testata: **Greenline**  
Data: Luglio 2017  
Topic: Report sostenibilità

>> **ambiente**  
commercio eco-consapevole

di Martina Speciani

Leroy Merlin sempre più green



Leroy Merlin ha lanciato il **Report di Sostenibilità 2016** con l'obiettivo di creare una cultura dell'abitare responsabile, attraverso un'organizzazione sostenibile e che metta a disposizione soluzioni e prodotti per una casa ideale. Tutto questo si riassume nella *mission* che recita: "Ogni persona ha diritto alla propria casa ideale". Oltre all'innovativa metodologia di bilancio partecipato, attraverso il quale gli *stakeholder* possono presentare le loro necessità, valutare le performance aziendali e il beneficio prodotto, per misurare in modo ancora più efficace l'effettivo raggiungimento degli obiettivi in ottica CSR **Leroy Merlin è stata la prima azienda profit in Italia ad adottare come parametro quello del BES**, il "benessere equo e sostenibile" introdotto dalla recente riforma di Bilancio come uno degli strumenti di programmazione e valutazione della politica economica nazionale. Il BES viene calcolato in una realtà aziendale specifica analizzando 12 indicatori che rientrano in quattro macro processi: 1) approvvigionamento; 2) deposito, trasporto e negozio; 3) vendita e uso; 4) comunità. Nel dettaglio, i campi d'intervento di **Leroy Merlin** nell'ambito della sostenibilità sono tre: l'habitat, l'azienda e la casa, e per ognuna di queste categorie è stato calcolato l'impatto materiale e immateriale prodotto dall'azienda in termini di sostegno alle comunità in cui essa opera. Per quanto riguarda strettamente l'ambiente, molto significativa è la politica riguardante il legno: da gennaio 2017, infatti, **il 100% dei prodotti dei fornitori Leroy Merlin devono seguire i valori definiti dalla politica di gestione legno**, mentre l'origine dei prodotti in legno tropicale deve essere tracciata. A dicembre 2016, il 98% dei prodotti in legno o a base legnosa sono stati tracciati/certificati: l'obiettivo quindi è stato raggiunto al 100%. Altra iniziativa importante a livello ambientale è **Supply Chain Green**: con il progetto *cross-docking*, l'azienda ha ridotto le consegne dirette dai fornitori ai negozi dal 90% al 23% dell'acquisto totale, diminuendo così gli automezzi in circolazione, il consumo di carburante e la CO2 prodotta.

www.leroymerlin.it

### IL PACKAGING CHE ALLUNGA LA VITA DELLA FRUTTA

Nell'aspetto sembra una cassetta qualunque, ma grazie a un innovativo brevetto, frutto di cinque anni di studi universitari, è uno strumento intelligente contro lo spreco alimentare. Si tratta del packaging **Attivo**, che **Bestack** - il consorzio no profit dei produttori italiani di imballaggi in cartone ondulato per ortofrutta - ha messo a punto insieme all'**Università di Bologna** dopo cinque anni di analisi, panel test e campionamenti nei magazzini e nei punti vendita. Questo nuovo tipo di imballaggio permette di prolungare la vita a scaffale della frutta, riducendo di conseguenza gli scarti: **si parla potenzialmente di 850.000 tonnellate di prodotto salvate dalla spazzatura ogni anno in Italia**. Il progetto, sostenuto da **Cornico** (Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica), dopo il successo della sua fase sperimentale, ora è pronto ad essere applicato ai casi reali. Il debutto è avvenuto nella primavera 2017 con le fragole: l'imballaggio **Attivo!** è stato utilizzato - in parte - per il confezionamento delle fragole Candonga di **Apofruit**, la varietà tipica della Basilicata commercializzata dalla cooperativa con il brand **Solarelli**.



Secondo gli studi, grazie alla miscela di oli essenziali naturali nebulizzati nel cartone, in grado di contrastare l'effetto dei microrganismi che danneggiano i frutti, con **Attivo!** la vita a scaffale delle fragole aumenta da uno a due giorni, contribuendo anche a ridurre gli scarti per i rivenditori dal 3 all'8%. "L'imballaggio attivo è l'ultima frontiera dell'innovazione per combattere lo spreco e mantenere la frutta buona per più tempo - dichiara **Claudio Dall'Agata**, direttore di **Bestack** - Ci siamo riusciti nel caso delle fragole e confidiamo, ricerche alla mano, di ottenere gli stessi risultati per tutta la frutta estiva. Questo per raggiungere i mercati più lontani, ma anche per sfruttare i canali più innovativi come la vendita online".

www.bestack.com

