

Vuoto a rendere, la GDO insorge contro le improvvisazioni

vuoto-a-rendere-2-08a64092

Del possibile ritorno alle bibite (in contenitori di vetro, metallo e plastica) da vendere con la modalità "vuoto a rendere" ne abbiamo fatto cenno [ieri](#) ma l'ipotesi, sulla base dell'emendamento contenuto nel Decreto Semplificazioni, già desta le preoccupazioni di qualcuno, soprattutto nel mondo della Grande



Ad impensierire le grandi insegne sono i possibili nuovi costi da affrontare

in previsione di questo nuovo tipo di modello organizzativo adottato diversi decenni fa. *«Da tempo le aziende della distribuzione sostengono iniziative e sensibilizzano il consumatore finale per favorire percorsi virtuosi di recupero e riciclo di materiali, in grado di coniugare gli impatti positivi di tipo ambientale all'esigenza di dare efficienza alla gestione logistica ed industriale dell'intero processo che ridà vita a preziose materie prime in un'ottica di economia circolare»* afferma **Alberto Frausin**, presidente di Fededistribuzione. *«Ne è un esempio il recente accordo che abbiamo raggiunto con il Coripet per favorire, nei nostri punti vendita, la raccolta del Pet secondo la logica "bottle to bottle" ed introducendo meccanismi premiali per i consumatori»*.

Da tempo, effettivamente, la catena della GDO punta al riciclo dei contenitori attraverso compattatori per i contenitori in Pet, invogliando il cliente all'utilizzo attraverso buoni sconto e punti da raccogliere.

«Occorre un progetto vero, completo ed articolato nei tempi e modi di realizzazione, perché tornare dopo decenni al "vuoto a rendere" non è un'operazione da improvvisare» aggiunge **Maura Latini**, amministratrice delegata di Coop Italia. *«Sarà necessario un cambiamento organizzativo tra chi produce, distribuisce, vende e poi ritira i vuoti cauzionati, ci sarà bisogno di nuovi spazi nei punti vendita e di aggiornamenti nelle barriere casse per metterle in grado di gestire l'iter della cauzione dalla vendita alla restituzione».*

Fonte: Il Sole 24 Ore