



Coop, partner del “Festival dello Sviluppo Sostenibile 2020”

La sostenibilità non è per Coop una affermazione di facciata, ma un impegno che viene da lontano e che si è intensificato negli ultimi anni. La nostra ultima campagna di comunicazione ha adottato un claim ambizioso “Una buona spesa può cambiare il mondo”, ma ancora più attuale in fase post-covid. Una spesa consapevole, trasparente, attenta all’ambiente e ai diritti delle persone sono obiettivi chiave per imprese cooperative come Coop, temi che incrociano sempre più le richieste dei consumatori di oggi e domani. Se è vero, infatti, che la pandemia ha completamente mutato lo scenario economico di riferimento e le prospettive degli italiani, non ha ridotto la loro sensibilità green. Gli ultimi dati estratti dal “RapportoCoop2020” parlano chiaro anche nel confronto europeo: il 27% dichiara di acquistare prodotti sostenibili/ecofriendly di più rispetto a prima del Covid (i francesi e gli spagnoli seguono distanziati con un 18% in percentuale); il 21% ha aumentato gli acquisti in punti vendita che promuovono prodotti sostenibili e il 20% acquista di più da aziende che operano nel rispetto dei lavoratori. Degno di considerazione anche quell’1.700.000 di italiani che sperimenteranno gli acquisti green per la prima volta a emergenza finita.

Questa propensione è in sintonia con l’operato di Coop fatto di molti impegni volontari, spesso assunti ben prima che diventassero oggetto dell’attenzione generale. Tra questi l’adesione 2 anni fa (unica impresa della grande distribuzione in Italia) alla Pledging Campaign promossa dalla Unione Europea per l’implementazione del mercato della plastica riciclata. Le azioni sui prodotti, conseguenti all’impegno preso, permetteranno a Coop di raggiungere nel 2025 un risparmio totale di plastica vergine di 6.400 tonnellate annue, corrispondenti al volume di 60 Tir; l’uso di materiale riciclato al posto del vergine permetterà un risparmio annuo di CO₂ pari a circa 9000 tonnellate.

Inoltre, Coop va oltre l’adesione alla Campagna Europea e prevede di raggiungere entro il 2022 gli obiettivi che l’Unione Europea ha posto come obbligatori entro il 2030: nell’arco di un quadriennio tutti i prodotti a marchio Coop saranno realizzati con materiali di imballaggio riciclabili o compostabili o riutilizzabili, mentre quelli della linea Vivi Verde, il biologico di Coop, taglieranno il traguardo già alla fine di quest’anno. Questi obiettivi sfidanti sono comunque raggiungibili in tempi relativamente brevi, perché i criteri di ecocompatibilità hanno caratterizzato da sempre i prodotti a marchio e la strategia del gruppo.

In corso anche la campagna “Le nostre acque” in collaborazione con Lifegate. La lotta all’inquinamento da plastica parte dai prodotti ed è arrivata ora alle acque con il posizionamento di 25 seabin (dispositivi galleggianti capaci di raccogliere in un anno in media oltre 500 chilogrammi di rifiuti plastici comprese le microplastiche e le microfibre) in altrettanti luoghi d’Italia. Un’azione concreta a favore dell’ecosistema. Entro settembre saranno 10 i seabin posizionati: già attivi a Firenze, Pescara, Genova, Livorno, Castiglione della Pescaia, sul Lago Maggiore e in Darsena a Milano per un totale di oltre 2000 rifiuti galleggianti raccolti (pari a 408.000 sacchetti di plastica). Il dato è ovviamente in evoluzione.

Coop, attraverso le cooperative associate, è tra le insegne leader della distribuzione italiana e sviluppa un giro d’affari di oltre 14 miliardi di euro tra attività retail e diversificazioni. Con 6,6 milioni di soci, oltre un quarto delle famiglie italiane è proprietaria delle cooperative associate a marchio Coop. Le cooperative di consumatori occupano oltre 51.000 persone.. www.e-coop.it

Roma, 17 settembre 2020

Per informazioni:

Silvia Mastagni responsabile ufficio stampa Coop
Tel. 06441811 - 3357884168 - silvia.mastagni@ancc.coop.it