

8 Economia

AMBIENTE. La società veronese conta 200 punti vendita. E ora inaugurerà l'«usato firmato»

Mercatino, 50 milioni di oggetti recuperati

Record nel 2014, con un risparmio di 107 mila tonnellate di anidride carbonica. E si aggiudica «l'oro» per sostenibilità ad Ecomondo

Francesca Lorandi

Quasi 50 milioni di oggetti recuperati nel solo 2014, che equivalgono a 1126 grattacieli di quindici piani e che permettono un risparmio di 107 mila tonnellate di anidride carbonica. Sono i numeri della sostenibilità di Mercatino Franchising, la società che oggi conta 200 punti vendita distribuiti in tutto il Paese, e che ha reso la cultura del riuso un asset industriale.

«Siamo un'eccellenza veronese, perché in questa città siamo nati vent'anni fa e qui siamo cresciuti», spiega il presidente Sebastiano Marinaccio, che nei prossimi giorni sarà a Rimini in occasione della fiera Ecomondo (da oggi a venerdì) per ritirare la medaglia d'oro nell'ambito del premio per lo Sviluppo sostenibile, promosso dalla Fondazione per lo Sviluppo sostenibile e da Ecomondo - Rimini Fiera, con l'adesione del presidente della Repubblica. Sul gradino più alto del podio, insieme a Mercatino Franchising, saliranno Bla

Bla Car e BeonD di Torino. Il riconoscimento è il risultato di un progetto iniziato nel 2013, una ricerca realizzata dalla società veronese in collaborazione con Occhio del Riciclone e con l'Università La Sapienza. «Un percorso impegnativo, anche dal punto di vista economico», lo definisce Marinaccio, «che abbiamo intrapreso nella direzione di una maggiore responsabilità etica. Abbiamo analizzato le ricadute positive sull'ambiente della nostra attività, partendo quindi dai nostri numeri».

Dai dati è emerso che, oltre alle decine di migliaia di tonnellate di anidride carbonica risparmiate, il riuso comporta una riduzione dello sfruttamento delle risorse e un allungamento della vita umana grazie all'impatto sulla salute. «Abbiamo avuto la lungimiranza di investire in questa politica industriale», aggiunge il presidente, «anticipando le tendenze dei consumatori». Se fino a un paio di anni fa i clienti che acquistavano nei punti vendita del Mercatino (oltre 7 milioni



Mercatino Franchising ha avuto nel 2014 oltre 7 milioni di clienti

nel 2014) erano spinti soprattutto da una necessità di risparmio, negli ultimi tempi si è fatta avanti una maggiore sensibilità verso la tutela dell'ambiente. E per rispondere a questa tendenza, la società ha creato anche la ricevuta fiscale sostenibile che, oltre a indicare l'ammontare della spesa, riporta le ricadute positive che l'acquisto ha sull'ambiente.

Forte di un fatturato in continua crescita - è di 81 milioni quello registrato nel 2014 - Mercatino Franchising punta ora a diffondere un nuovo format, già testato a Torino e

a Napoli: «Si chiama "Usato firmato"», spiega Marinaccio, «e identifica punti vendita nei quali proponiamo abbigliamento griffato, selezionato, relativo a collezioni di due o tre anni fa».

Tra poco verrà inaugurato anche un nuovo progetto a Verona, nel palazzo che ospita la sede della società, in via Messedaglia: «Oltre ad aprire un negozio del nostro franchising, che manca in provincia, realizzeremo uno spazio in cui ospitare operatori della green economy per momenti di confronto, scambio, crescita reciproca». •