

CONOU: UN MODELLO DA ESPORTARE

Intervista a Riccardo Piunti, Presidente Conou, di Marco D'Aloisi

Presidente Piunti, recentemente avete presentato il Rapporto di sostenibilità 2024. Quali i presupposti e le evidenze principali?

Il nostro Rapporto di Sostenibilità è, prima di tutto, un manifesto dei risultati ambientali conseguiti dal Consorzio negli ultimi anni, in particolare nel 2024, raccogliendo un rifiuto pericoloso e, dopo attenta selezione e differenziazione, rigenerandolo per la sostanziale totalità ovvero ridandogli una nuova vita con prestazioni e qualità analoghe a quelle della materia vergine.

Come è cambiato il Conou in questi anni, anche in termini di governance?

Da quando sono entrato in carica ho lavorato molto, con i miei colleghi, sul riassetto della governance e sull'organizzazione. Da un lato abbiamo rivisto e via via adattato il nostro sistema procedurale per essere sempre più *compliant* con gli standard delle Legge n. 231/01, ossia sulla responsabilità amministrativa degli Enti, ed adeguarlo alle nuove situazioni (parità di genere, cybersecurity, wWhistler-blowing). Dall'altro abbiamo rivisto l'organizzazione responsabilizzando le 5 funzioni chiave (Amministrazione e Controllo, Legale e Acquisti, Personale, Comunicazione, Operativo) ciascuno con una propria area di competenza. Abbiamo anche rivisto il modo di fare le cose, dal fortissimo



presidio antievasione del contributo all'internalizzazione della comunicazione. **Il Conou è ritenuto un'eccellenza italiana. In cosa si distingue dagli altri sistemi europei nella raccolta e rigenerazione degli oli usati?** Il punto chiave, a mio parere, a sette anni del mio arrivo in questa allora sconosciuta ma affascinante realtà, è il modello organizzativo. Il modello consortile italiano, che trova nel Conou l'antesignano nonché fedele conservatore, può essere rappresentato metaforicamente come Piazza Venezia a Roma negli anni '60, affollata di macchine, con molte vie di ingresso e molte alternative di uscita; al centro il vigile, sulla storica pedana, che orienta il traffico, facilita l'imbocco nella giusta direzione e media fra l'interesse di ognuno che persegue lo scopo di raggiungere la propria meta. Certo l'effetto sull'ambiente della attività del Conou è molto più positivo di quello di un ingorgo di traffico.

Ma quali sono i pilastri di questo modello?

Da un lato, il Conou, al centro, non ha fine di lucro, è unico ed è guidato da un vertice indipendente. Ciò a garanzia di equilibrio fra gli interessi coerenti ma diversi delle diverse anime della filiera (raccolta, rigenerazione, vendita lubrificanti). Non dimentichiamo che il Consorzio governa, col suo Consiglio di Amministrazione, le risorse economiche del contributo ambientale. In una parola al centro c'è la fiducia. L'unicità del Consorzio rende più facile anche l'esazione del contributo e l'assenza di fini di lucro rende vana un'idea di competizione fra Consorzi. Immaginate se nella nostra piazza sopra descritta ci fossero due vigili che danno indicazioni, sanzioni, con modalità diverse allo stesso traffico. Dall'altro lato, ci sono gli standard di accettazione degli operatori, di selezione e differenziazione dell'olio usato, di qualifica delle basi rigenerate che il Conou in questi anni ha mutuato dalle norme (a volte dismesse) e rafforzato e diffuso nella filiera. Una menzione speciale va agli standard di ingresso che abbiamo sempre affinato e aggiornato a garanzia di una differenziazione e selezione sempre più efficace per perseguire la rigenerazione totale. Ma anche agli standard di qualità in uscita che sono chiave della nostra circolarità (chi comprerà mai un prodotto di cattiva qualità?) e, come tali, sono spesso osteggiati da chi vorrebbe essere "rigeneratore del Conou" senza rispettarli.

È un modello esportabile?

Se pensiamo che in Europa si raccoglie l'82% dell'olio raccogliabile, in USA il 79% contro il nostro 100%, se pensiamo che in Italia il raccolto si rigenera al 98%, contro il 61% in Europa e il 59% negli USA, allora direi che forse è doveroso esportarlo. Anche qui, nella fiera Ecomondo, abbiamo promosso, nel nostro stand, un convegno sul nostro modello. I segnali di interesse che riceviamo sono rilevanti sia da Paesi occidentali, dove magari il prevalere del mercato libero condiziona il perseguimento dei fini ambientali e finisce per impedire il rispetto delle stesse norme, sia da Paesi che, magari a causa della loro vastità, faticano a trovare la strada per favorire in modo spontaneo il rispetto dell'am-



biente in un contesto già poco ordinato o regolamentato. **Quanto conta la sensibilizzazione del cittadino e delle officine nel garantire la raccolta capillare?** Il cittadino ha giocato un ruolo chiave all'inizio della nostra attività, quando con il "fai da te" nel cambio dell'olio dell'autovettura si finiva per scaricare spesso nel tombino l'olio usato. Oggi la sensibilità del cittadino (e delle giovani generazioni) va suscitata in modo più ampio, sui vantaggi

SE PENSIAMO CHE IN EUROPA SI RACCOGLIE L'82% DELL'OLIO RACCOGLIBILE, IN USA IL 79% CONTRO IL NOSTRO 100%, SE PENSIAMO CHE IN ITALIA IL RACCOLTO SI RIGENERA AL 98%, CONTRO IL 61% IN EUROPA E IL 59% NEGLI USA, ALLORA DIREI CHE FORSE È DOVEROSO ESPORTARLO. ANCHE QUI, NELLA FIERA ECOMONDO, ABBIAMO PROMOSSO, NEL NOSTRO STAND, UN CONVEGNO SUL NOSTRO MODELLO

della circolarità a tutto campo; selezione differenziazione e rigenerazione sono, per tutti i rifiuti, generati da comportamenti consapevoli e corretti. Al contrario, anche oggi, la sensibilizzazione di meccanici e industrie resta importante e attuale per l'olio usato, che, dobbiamo dire, nero e opaco com'è, può accogliere al suo interno altri rifiuti che possono compromettere la rigenerazione. Su questo l'attenzione "educativa" di tutta la filiera resta alta.

Quali vantaggi competitivi può offrire la rigenerazione degli oli usati alle imprese italiane?

Oggi in Italia 1/3 dell'olio lubrificante immesso al consumo proviene dalla rigenerazione. Credo che sia un indicatore importante che ci parla di autonomia e di costi interni anziché esterni al paese. Il valore dei prodotti della rigenerazione è dell'ordine dei 120 milioni di euro ogni anno e deriva da un rifiuto pericoloso. In generale la filiera dà lavoro a circa 2.000 persone e fattura 800 milioni di euro, il che, credo, si un buon contributo al sistema Italia.

Quali sono le priorità strategiche del Consorzio da qui al 2030?

Quando i risultati sono buoni, primo dovere è conservarli e mantenere il sistema e la qualità al passo con la tecnologia; quindi difendere e proteggere la qualità degli oli (a monte a valle) resta il punto chiave. Ma non basta, cerchiamo di evolvere la nostra tecnologia logistica (abbiamo in avviamento una app che collega raccoglitore, suo autista e detentore del rifiuto) per restare al passo con la marcia della digitalizzazione, con un occhio attento alla cybersicurezza. Seguiamo con attenzione l'evoluzione degli standard di rendicontazione europei per misurare e valorizzare il nostro contributo ambientale. Da ultimo, continuiamo a comunicare il ruolo dell'economia circolare e a promuovere il nostro essere testimoni che "si può fare".