

Packaging 2/ Il punto di vista del largo consumo

Se le nuove direttrici della ricerca si incanalano verso una maggiore sostenibilità della filiera del packaging, quali sono le scelte di sostenibilità delle del largo consumo?

Nel corso del convegno organizzato dal **Gruppo 24 Ore** con **Mark-Up**, **Conai**, **Ipac-Ima**, ne hanno parlato **Giacomo Archi**, presidente e amministratore delegato di **Henkel Italia**, **Erica Fiore**, responsabile marca privata di **Simply**, **Mario Gasbarrino**, amministratore delegato di **Unes**, e **Michele Mastrobuono**, direttore ambiente e relazioni esterne di **Tetra Pak Italia**, nella tavola rotonda che ha chiuso la mattinata di lavori e cui ha partecipato anche **Walter Facciotto** di Conai. Gasbarrino ha esordito spiegando che in quanto distributore e quindi cerniera fra produzione e consumo, Unes s'è posta due obiettivi: di educazione del consumatore a sprecare e inquinare meno e a riciclare di più. E di *moral suasion* nei confronti dei fornitori a contrastare l'overpackaging. Obiettivi che si sono fin qui tradotti nella eliminazione, con un anno d'anticipo sul termine stabilito per legge, delle lampadine a incandescenza e dei sacchetti in plastica, sostituiti con borse in tessuto non tessuto oggi utilizzate dal 40% dei clienti. Nella chiusura con sportelli degli armadi frigoriferi dei reparti salumi e carni. Nel contrastare gli sprechi attraverso una politica di EDLP che scoraggia l'acquisto-scorta, o la proposta del pane fresco sfuso a self service, per consentire l'acquisto anche di un solo panino. Nella sua lotta all'overpackaging, Unes ha bandito le confezioni bipack, propone solo dentifrici da 100 ml (hanno il miglior rapporto packaging/prodotto) e acqua minerale PL in fardello privato del classico rivestimento in film plastico. «Il nostro marchio EcoUnes», ha annunciato Gasbarrino, «con cui accompagniamo i prodotti PL che riteniamo ecosostenibili presto comparirà su stopper a scaffale che evidenzieranno al pubblico i prodotti a marca industriale ecosostenibili. Prodotti il cui inserimento nel nostro assortimento godrà di una corsia preferenziale».

Archi ha invece sottolineato come il fatto d'aver attribuito alla sostenibilità valenza di fattore critico di successo abbia dato risultati superiori alle attese. «Nel 2007», ha raccontato Archi, «ceravamo dati obiettivi quinquennali, quindi al 2012, di riduzione dell'impatto ambientale aziendale. Con due anni d'anticipo abbiamo ridotto i consumi energetici del 21% contro il -15% preventivato, quelli d'acqua del 26% contro un obiettivo del -10%. Abbiamo abbattuto l'incidenza degli infortuni del 29%, ben oltre il 20% prefissato e ridotto la produzione di rifiuti del 24%, ossia più del doppio rispetto al -10% previsto. Non paghi di ciò, il nostro board si sta riunendo per definire gli obiettivi dei prossimi 5 anni».

Risultati, ha lasciato intendere Archi, che non hanno comportato grossi investimenti per Henkel. «A volte», ha sottolineato Archi, «si raggiungono risultati ragguardevoli facendo piccole azioni. Proprio dai funzionari Conai, per esempio, abbiamo appreso che i flaconi sleeveverati rappresentano un problema in fase di riciclaggio. Le macchine che separano automaticamente le plastiche riconoscono il film come un materiale di scarto ed eliminano con lui anche il flacone in PET, perfettamente riciclabile, che lo ricopre. Stiamo dunque studiando come far in modo che il consumatore finale possa agevolmente spogliare i flaconi dello sleevever prima di avviarli alla raccolta differenziata».

Erica Fiore per parte sua ha riferito del progetto di riduzione sia del peso che del volume degli imballi dei prodotti PL sia dell'energia da fonte fossile impiegata per produrli portato avanti da Simply. «È un lavoro complesso», ha affermato, «perché ci dobbiamo interfacciare con i fornitori e dobbiamo far entrare specifiche decosostenibilità nel capitolato di fornitura dei prodotti. I risultati sono però incoraggianti. L'eliminazione della scatola del rotolo di carta forno, per esempio, ha consentito un risparmio annuo di oltre 130 tonnellate di cartoncino. Mentre la riduzione dello spessore della bottiglia in PET dell'olio di semi ci ha fatto risparmiare 30 tonnellate di plastica».

A fronte di una crescente domanda di sostenibilità dei consumatori, Fiore non esclude che l'orientamento alla sostenibilità diventerà un criterio decisivo nella scelta del fornitore di prodotti PL. Già oggi Simply ha cambiato fornitore di detersivi per affidarsi a un produttore che ha proposto alla catena un prodotto in formulazione concentrata.

«La nostra politica di sostenibilità a livello di catena», ha riferito, «si basa poi su quattro pilastri: risparmio energetico, riciclo dei materiali impiegati in alcuni reparti, prodotti ecoattenti o sfusi e sostenibilità sociale (destinazione a enti caritatevoli dei prodotti vicini alla scadenza, ndr)».

Sensibile il risparmio energetico ottenuto da Simply con la chiusura con ante dei frigoriferi, misura sperimentata nei 10 pdv ecofriendly della catena e poi estesa al resto della rete: 2,6 milioni di KWh l'anno.

La sostenibilità è alla base delle strategie di Tetra Pak fin dalle origini, quando nel 1952 l'azienda pensò di confezionare i liquidi in contenitori di carta, il materiale che impatta meno. «Dopo essere stata pioniera nel confezionamento asettico», ha detto Mastrobuono, «nel 1971 l'azienda ha scelto di dotare di un ufficio ambiente ogni sua filiale, ha quindi istituito la funzione di design of environment in tutti i suoi centri di R&D e dagli anni Novanta ha scelto come base fondante per lo sviluppo di nuovi packaging l'approccio LCA. L'impegno su cui siamo ora concentrati è quello di promuovere la raccolta differenziata e il riciclo del Tetra Pak. Quanto al primo punto siamo oggi al 57% della copertura del territorio e puntiamo al 100%».

«Il ruolo di Conai nell'ambito della prevenzione», ha spiegato Facciotto, «è quello di attirare l'attenzione del pubblico su fatti anche banali che evitano di inficiare il processo del riciclo e di assistere le aziende, in primis le tante PMI e le piccole e medie imprese, cui in particolare si rivolge il nuovo EcoTool. La metodologia stessa da noi scelta per finanziarci può considerarsi una forma strutturale di prevenzione. Le aziende consorziate pagano infatti un contributo al Conai in base al peso di materiali di imballaggio immessi sul mercato. E lo fanno nel momento in cui un'azienda di packaging emette fattura per la consegna degli imballaggi vuoti a un'impresa. Va da sé che i produttori di imballaggi hanno interesse a farli più leggeri e quindi ecofriendly».

Che cosa agevolerebbe lo sforzo di essere ecosostenibile degli operatori del largo consumo?

Gasbarrino invoca più coraggio, visione e concretezza. «Dovremmo prendere decisioni non soltanto perché ci danno ritorni economici», ha esortato il manager. «E sforzarci davvero un sogno, per esempio quello di uscire dalla logica dell'usa e getta, e concentrarci su soluzioni che producono risultati visibili così da stimolare la collaborazione del pubblico».

Archi si augura maggiore collaborazione dalla distribuzione nell'educare il consumatore, spesso legato a schemi culturali non in linea con la sostenibilità, come la diffusa diffidenza nei confronti dei detersivi concentrati. Fiore chiede all'industria più passione e impegno nell'innovazione di prodotto e di packaging e ai colleghi retailer di essere più coraggiosi nello scegliere i fornitori per il loro impegno in tema di sostenibilità.

Mastrobuono auspica invece un impegno condiviso di tutti nel vigilare perché il paese salvaguardi quanto di buono è stato fatto finora per la sostenibilità.

Auspicio condiviso da Facciotto che chiede al Governo di non eliminare enti che hanno lavorato bene come il Conai e di essere coerente sul piano normativo nel momento in cui, a marzo prossimo, sarà liberalizzata la gestione del servizio di trattamento e smaltimento dei rifiuti.

Al Governo Erica Fiore chiede invece una Tarsu correlata all'effettiva quantità di rifiuti prodotti e criteri più omogenei di smaltimento così che i packaging dei prodotti possano riportare indicazioni più precise sul loro corretto riciclo. Auspicio quest'ultimo condiviso da Gasbarrino.

Archi più che al Governo Monti, già impegnato su altro per almeno un anno e mezzo, guarda piuttosto all'Europa, cui chiede un quadro normativo certo e che consenta alle aziende di lavorare in una prospettiva di medio-lungo termine.

A cura di Luisa Contri