

Ambasciatori della Carta Etica del Packaging COME E PERCHÉ?

Anna Paola Cavanna, Presidente e primo Ambasciatore della Fondazione Carta Etica del Packaging, parla del progetto e delle sue finalità. Racconta inoltre il percorso già fatto, gli obiettivi da condividere, i progetti in essere e quelli che saranno avviati.



Dalla Carta Etica del Packaging alla Fondazione, perché?

La Carta Etica del Packaging è nata nel 2015 da una riflessione condivisa tra il Politecnico di Milano ed Edizioni Dativo. Sin dal suo esordio, l'Istituto Italiano Imballaggio aveva creduto fortemente nei valori enunciati dalla Carta quale strumento per lo sviluppo di una nuova "cultura di sistema" per la filiera del packaging.

Nel 2019 è stato deciso di acquisirne i diritti. La scelta naturale è stata quella di creare una Fondazione, un ente completamente indipendente e super partes, con l'obiettivo di divulgare e condividere i profondi valori della Carta.

Al mio fianco ho voluto una squadra fortemente coinvolta ed in continuità con la governance dell'Istituto: **Ciro Sinagra** e **Alessandra Fazio** in qualità di vicepresidenti, i consiglieri **Chiara Faenza** e **Antonio Feola** (past presidente dell'Istituto) e il direttore **Francesco Legrenzi**. La nascita della Carta ha raccontato una visione, compito della Fondazione ora è quello di dar vita a progetti ed iniziative concrete.

> Quali obiettivi si propone?

La Fondazione non ha scopo di lucro e persegue esclusivamente finalità civiche, solidaristiche e di utilità alla promozione e divulgazione dell'imballaggio quale strumento di progresso e di civil-

tà attraverso la diffusione della scienza che ne regola le funzioni.

Desideriamo essere una voce istituzionale in grado di stimolare visioni e riflessioni autorevoli sulla progettazione etica del packaging.

Tutti sappiamo che l'imballaggio sta vivendo una fase di piena maturità, il nostro obiettivo è creare qualcosa di nuovo in modo nuovo. Ad esempio parlare di etica e non solo di sostenibilità allarga la visione, ci obbliga a riflettere in chiave di economia circolare e di ecodesign. Ma per far questo, vogliamo fare rete e creare un network di Ambasciatori che condivida la nostra sfida per dare vita ad una nuova cultura d'impresa e guardare le facce di uno stesso problema con angolazioni diverse. Certo, tutto questo non può prescindere da un'attenta analisi di "sostenibilità progettuale e aziendale". Nuovi orizzonti dunque e, perché no, anche oltre i confini nazionali con lo sguardo rivolto ai giovani.

> Ha parlato di Ambasciatori e Lei è ufficialmente il primo...

Sono stata nominata Presidente della Fondazione. Ho dunque l'onore e l'onere di questo incarico in aggiunta agli altri, ma è un impegno a cui tengo molto e dal quale non ho voluto esimermi.

Gli Ambasciatori della Carta Etica del Packaging sono soggetti giuridici che s'impegnano a opera-

re in coerenza con i dieci punti della Carta, a darne opportuna diffusione, a promuoverne i valori e i contenuti. Possono presentare domanda società, imprese, enti, associazioni, consorzi, fondazioni che operano a qualsiasi titolo nel mercato nella produzione e distribuzione di materie prime per l'industria dell'imballaggio, nella produzione o distribuzione di imballaggi, che siano utilizzatrici di imballaggi o si occupino del loro reimpiego o riciclo o trasformazione o che svolgano attività di servizio per la filiera dell'imballaggio, anche post consumo.

Il titolo di Ambasciatore sarà raffigurato dal marchio concesso dalla Fondazione a significare l'attestazione della condivisione dei valori della Carta.

> Ricerca, formazione e cultura sono alla base dei vostri progetti. Quali avete attivato e quali sono ancora allo stato embrionale?

Nonostante la Fondazione sia giovanissima, siamo orgogliosi di aver già messo in cantiere progetti ambiziose in poco tempo.

Per iniziare la Fondazione ha patrocinato il Corso di Alta Formazione in Packaging Management, in collaborazione con l'Università La Sapienza di Roma, e offerto 10 borse di studio.

Il corso, partito il 25 marzo e unico nel suo genere, è rivolto a laureati già occupati nelle aziende di settore. A questa prima edizione partecipano 21 iscritti che sono impiegati in aziende di riferimento del settore. Già un ottimo risultato che ci rende fiduciosi per i prossimi appuntamenti. L'Istituto Italiano Imballaggio e la Sapienza si alterneranno nella formazione. Il secondo progetto è un aiuto alle imprese che, oggi più che mai, si trovano di fronte ad un fermento di soluzioni, di sperimentazioni, di ricerche e sviluppi di nuovi materiali e soluzioni a supporto della salvaguardia ambientale. Per questo, è allo studio l'Algoritmo della Fondazione, un tool e un dossier curato dalla Commissione Sostenibilità dell'Istituto Italiano dell'Imballaggio e ora "in pancia" alla Fondazione utile a testare se la propria soluzione è conforme ai criteri dell'ecodesign e alle sfide dell'Agenda 2030. Infine, abbiamo patrocinato l'Oscar dell'Imballaggio, Best Packaging 2021 con Focus su Etica e Futuro. L'edizione di quest'anno è dedicata a valorizzare le soluzioni che si distinguono per essersi ispirate ai 10 valori della Carta Etica del Packaging. Ma i sogni nel cassetto sono ancora molti prima della scadenza del mio mandato nel 2022: un libro e un premio internazionale su progetti di ricerca innovativi.

> Quali sono i valori dai quali oggi un imballaggio "ideale" non può prescindere?

Il packaging perfetto non esiste ma ricordiamoci il suo ruolo fondamentale: è un manufatto portatore di "bellezza funzionale" nella vita di tutti i giorni.

Personalmente ritengo che il packaging ideale debba essere coerente con la funzione per il quale è stato progettato, debba essere trasparente e fonte di informazioni per il consumatore. L'etichettatura ambientale ha posto attenzione sull'aspetto della gestione del fine vita dell'imballaggio, di conseguenza il packaging deve dialogare con il consumatore in modo sempre più diretto e chiaro. Il packaging deve far comprendere il proprio scopo: proteggere il prodotto, tutelare il consumatore, essere emozionale e saper trasmettere l'esperienza di acquisto e lo può fare solo se si mostra in modo trasparente.

Gli obiettivi dell'agenda 2030 delle Nazioni Unite ci metteranno di fronte a scelte obbligate. L'economia circolare ha stravolto tutto e intorno all'imballaggio che diventa rifiuto c'è un complesso meccanismo di responsabilità.

La Carta Etica del Packaging ribadisce che noi tutti siamo soggetti implicati in un sistema di progettazione, produzione, utilizzo, consumo e riuso dell'imballaggio e ci ricorda che, nel rispetto del ruolo di ciascun soggetto, è indispensabile mettere al centro il consumatore. |

www.fondazionecartaeticapackaging.org

10 Valori della Carta Etica del Packaging

[01.
Responsabile

[06.
Informativo

[02.
Equilibrato

[07.
Contemporaneo

[03.
Sicuro

[08.
Lungimirante

[04.
Accessibile

[09.
Educativo

[05.
Trasparente

[10.
Sostenibile