



# *Overpackaging e possibili soluzioni*

---

Valentina Bono  
*Elaborato finale*



DIPARTIMENTO  
DI MANAGEMENT

SAPIENZA  
UNIVERSITÀ DI ROMA

## Problema → OVERPACKAGING:

Uso di un eccesso di imballaggi, ovvero un aumento non necessario del volume e del materiale di imballaggio. È una condizione in cui i metodi e i materiali di imballaggio superano i requisiti necessari a consentire contenimento, trasporto, protezione e vendita.

Esempi pratici: confezione in plastica riempita solo per un quarto del suo volume con il prodotto alimentare, confezioni costituite da imballi secondari o addirittura terziari, frutta confezionata singolarmente



## **Un po' di dati...**

In Europa c'è un fabbisogno annuo di 49 milioni di tonnellate di plastica.

Il 40% circa viene utilizzato per realizzare soluzioni di packaging, in larga parte monouso.

95% del valore del packaging si volatilizza dopo il primo impiego.



Dai 75 ai 112 miliardi di EUR di materiale da imballaggio in plastica sono persi ogni anno dall'economia, equivalenti al PIL della Slovacchia e dell'Ungheria.

Circa 88 milioni di tonnellate (173 kg per persona) stimate ogni anno nell'UE [3] si spreca cibo, pari a circa il 20% del totale prodotti alimentari prodotti nell'UE.

La plastica è il materiale più utilizzato per il confezionamento di alimenti in Europa.

Nel Regno Unito, 37.000 tonnellate (178 milioni di sacchi) di insalata preparata vengono gettati via ogni anno.

# Principi Carta Etica del packaging



Il problema dell'overpackaging fa riferimento ai seguenti punti della Carta Etica del Packaging:

## Punto 10. Sostenibile

L'imballaggio è sostenibile se progettato in modo olistico, pienamente equilibrato con il prodotto e con i suoi modi d'uso, così da ottimizzare le prestazioni ambientali complessive.

## Punto 2 . Equilibrato

Equilibrato è il packaging quando è pensato e progettato con una giusta relazione con il contenuto ed è il risultato di ciò che è necessario per una sua corretta diffusione.



# Possibili soluzioni

- ✓ packaging riutilizzabile al 100%,
- ✓ negozi senza packaging.



## Come reagirebbe il mercato?

Il packaging riutilizzabile sarebbe un'innovazione incrementale, mentre i negozi senza packaging un'innovazione radicale

## Carta Etica

Si ispira al **principio 8: lungimirante**

Il packaging è capace di agire oggi in funzione di possibili ricadute future. Le scelte che determinano l'imballaggio di oggi non possono essere fatte a partire da un vantaggio immediato, ma devono tener conto delle conseguenze che ne derivano.

## Livello di adozione

Packaging riutilizzabile al 100%: è una soluzione per il Sistema e per l'azienda.  
Negozi senza packaging sono una soluzione per il Sistema.

# Prodotto o servizio

**Packaging riutilizzabile al 100%:** vendita di confezioni o contenitori completamente riutilizzabile dopo lavaggio

Per la realizzazione ho bisogno di : possibilità di avviare processi di riciclo di plastica e carta, raccolta differenziata, possibilità di ridurre lo strato di barriera in plastica vergine tra plastica riciclata e alimento (ad esempio usando tecnologie di nanotecnologie come strato barriera), eliminazione di sacchetti monouso in plastica per la spesa, riduzione di confezioni multipack e multistrato

**Valore aggiunto:** nel momento in cui il costo del materiale vergine aumenta e il materiale scarseggia si ha un aumento del valore aggiunto della materia riciclata

**Potenziali utilizzatori:** consumatori consapevolizzati sul processo produttivo e sulla sostenibilità del contenitore riutilizzabile, azienda che non vuole più essere legata al monouso



**Negozi packaging-free:** vendita di prodotti alimentari sfusi con incentivazione ad utilizzare confezioni, contenitori o borse riutilizzabili al 100% che verranno pesati al momento dell'acquisto.

Per la realizzazione ho bisogno di : disposizione e realizzazione di punti vendita dedicati, merce sfusa, consapevolizzazione riutilizzo contenitori e borse in vari materiali

**Valore aggiunto:** nel momento in cui il costo della spesa con packaging supera il costo della spesa senza packaging creo valore aggiunto per il servizio.

**Potenziali utilizzatori:** aziende che producono packaging riutilizzabile, le nuove generazioni informate sulla sostenibilità del servizio non usuale e fuori dal coro.



Packaging 100% riutilizzabile:

Negozi senza packaging:

### Forza

- Sostenibilità;
- Riciclo;
- Riutilizzo;
- Riduzione sprechi

### Debolezza

- Ridotta praticità,
- Necessità di lavaggio,
- Mancanza di informazione

### Forza

- Sostenibilità;
- Riciclo;
- idea di prodotto naturale
- consumatori attenti e informati
- Riduzione spreco di cibo

### Debolezza

- Disinteresse dei consumatori in merito alla tematica sostenibilità,
- Soluzioni di acquisto con casse veloci

### Opportunità

- Diffusione della tematica sostenibilit,
- Eliminazione monouso
- Direttiva SUP

### Minacce

- Disinformazione,
- Aziende produttrici di materiali usa e getta consentiti con packaging ad elevate prestazioni secondo il consumatore

### Opportunità

- Interesse verso l'argomento sostenibilità,
- Ritorno al passato,
- Nuove generazioni,
- Costo competitivo

### Minacce

- Costi concorrenza supermercati,
- Ridotta diffusione della consapevolezza ambientale,
- Mancanza di praticità

# Competitor

Packaging 100% riutilizzabile:

## DIRETTI:

- packaging usa e getta prestazionale,
- soluzioni di packaging intelligente,
- packaging mono uso con altre funzioni: comunicazione, concorsi, sconti ecc...
- confezioni protettive del contenuto.

## INDIRETTI:

- materiali plastici multistrato
- prodotti della GDO a basso prezzo
- costi elevati di gestione del processo di riciclo



Negozi senza packaging:

## DIRETTI:

- soluzione di casse veloci,
- GDO con prezzi competitivi e velocità nella spesa



## INDIRETTI:

- abitudini del consumatore
- costi prodotti
- vita frenetica
- comodità per il consumatore





*Grazie per  
l'attenzione*



DIPARTIMENTO  
DI MANAGEMENT

SAPIENZA  
UNIVERSITÀ DI ROMA