



Fondazione Carta Etica del Packaging

LE PROSPETTIVE DAL MONDO DELL'IMBALLAGGIO



di **Antonella Tereo**
✉ antonella.tereo@lombardiaeconomy.it

*L'obiettivo è quello di cambiare la prospettiva dello sguardo sul **packaging**: non un'imposizione, ma un'educazione positiva all'imballo, sia per i produttori che per i fruitori, perché siano parte del ciclo virtuoso. È l'impegno che caratterizza l'attività della **Fondazione Carta Etica del Packaging** nata dall'Istituto italiano imballaggio*



Francesco Legrenzi

«Attualmente contiamo 50 ambasciatori tra consorzi, associazioni ed enti che hanno condiviso i principi della Fondazione – ci racconta **Francesco Legrenzi**, direttore – e nello specifico la nostra offerta è concentrata sulla parte formativa. **Packaging - fantastica avventura** è il progetto pensato per i più piccoli tra lezioni in presenza e laboratori da remoto per i bambini delle prime classi, partendo dalle prime forme di imballaggio come le anfore di terracotta alle attuali soluzioni appositamente studiate. Sono **133 le scuole in Italia** che hanno aderito, 525 classi e circa **10.240 alunni**, ma sono in costante crescita».

Un cammino quasi silenzioso, ma potente per raccontare il significato del packaging nella nostra società e non solo del suo fine vita, già a chi speri-

menta l'approccio con gli imballi in tenera età. Ma non solo.

«Un'altra iniziativa è quella rivolta invece al mondo universitario, con la compartecipazione al **master in Eco-packaging Design del Politecnico di Torino**, un altro corso di **Packaging management con l'Università della Sapienza di Roma** (un'iniziativa ormai giunta alla terza edizione), mentre stiamo sviluppando altri corsi di alta formazione presso altre università italiane. In passato, abbiamo anche sostenuto un corso a Santiago del Cile sul **Packaging Design**».

Un buon percorso in ambito accademico che si regge su due pilastri chiave: quello che vuole veicolare l'importanza del packaging e come impatta sul piano economico, oltre che quello che accade sul piano sociale, entrando nel merito con temi concreti – ad esempio, i bilanci di sostenibilità – ma anche la corretta progettazione e una visione bilanciata.

«L'obiettivo è **divulgare una cultura positiva del packaging** – riprende il direttore della Fondazione –. La nostra azione è quella di far capire che non si può fare una corretta azione di sostenibilità ambientale senza tener conto di altri aspetti valoriali che sono ad esempio la sicurezza, la formazione».

E il tema è caro a qualsiasi azienda. Motivo per cui sia utilizzatori che produttori di packaging, non solo per l'alimentare, ma anche in settori inediti (come la tecnologia, in netta crescita) o per i grossi gruppi di logistica internazionale sia al centro del dibattito poiché riguarda proprio anche l'imballaggio da trasporto.

Ma quali aziende s'impegnano e in che modo oggi con la Fondazione, ce lo dice lo stesso direttore.

«Queste aziende nel nostro progetto entrano sia come partner nella formazione accademica **sia come protagonisti nelle docenze e nelle case history**, specie nelle Giornate della Fondazione, gratuite e aperte a tutti. L'apporto di importanti componenti e contenuti sono offerte da realtà aziendali di questo tipo che sono spesso anche nostri ambasciatori».

In particolare il settore che dimostra sempre più attenzione è quello della GDO, dove il tema del packaging è sicuramente molto forte. Lente cerca di rappresentare un po'tutti gli attori di questa industria, senza privilegiare particolari materiali o specifici settori. Ma tutto scorre o qualcosa ancora rema contro?

Se l'industria del packaging è stimolata e già con una certa capacità di ascoltare le esigenze del mondo alimentare, chimico o d'altro tipo, è perché cerca di andare verso soluzioni che siano proficue. Ma ci sono ancora alcune derive, percorsi paralleli o peggio ancora fuorvianti sul tema, come ad esempio il greenwashing. Un aspetto che crea confusione, nuove criticità e che occorre contrastare.

«Una direttiva specifica sul green claim ci guida ed è ragionevole pensare che entrerà in vigore nel 2025 – ci spiega Legrenzi –. Potrebbe togliere da questa impasse e creare maggiore chiarezza sull'imballaggio. È un nodo che rappresenta ancora un obiettivo da raggiungere. Il grande messaggero per ora è il green-packaging pratico, reale, adottato già da molti».



Per ora l'azione della Fondazione si concentra su vari task. Per l'anno 2024, continuerà a supportare il **Best Packaging** – premio storico nel settore – organizzato dagli anni '50 e che vede la sua partecipazione per valorizzare i progetti di studenti inerenti al mondo degli imballaggi. Ma c'è all'orizzonte anche la prossima formazione presso le scuole medie e anche verso gli istituti tecnici specializzati, vista la necessità di figure tecniche formate e definite con un diploma specifico, per garantire la nascita di un profilo professionale nuovo e adeguato sull'eco-packaging.

Per approfondimenti:



Fondazione Carta Etica del Packaging