

Il packaging, UNA FINESTRA SULL'OGGI

Pochi oggetti sono in grado di rappresentare le tendenze in atto come lo è il packaging, l'incarto o imballo che circonda i beni del nostro vivere quotidiano. *"Specchio dei cambiamenti sociali, custode della memoria collettiva e protagonista delle sfide contemporanee della sostenibilità e dell'economia circolare"*, secondo la Fondazione Carta Etica del Packaging. Quest'area è infatti investita da una potente evoluzione normativa, finalizzata alla riduzione di materiali più difficili da smaltire o da riciclare, come può essere la plastica rispetto alla carta. Sono elementi di cui è importante tenere conto, anche se possono rappresentare in prima battuta un aumento dei costi o della complessità per le aziende. SAP, ad esempio, insieme alla società di consulenza Earth Action, ha riassunto questa posizione nel rapporto *"Shift into Gear"*, pensato per esortare le aziende a prepararsi alla legislazione sulla plastica in arrivo, per proteggere i propri profitti, oltre che la salute del pianeta. Il rapporto evidenzia i rischi per le imprese che non potranno gestire i dati relativi alla plastica, con passività associate all'uso del materiale che potrebbero superare i 20 miliardi di dollari a livello globale entro il 2030. In breve: "prima le imprese riescono a conoscere la loro impronta di carbonio della plastica, meglio è".

Anche l'Associazione Italiana Scatolifici riflette queste tematiche, come emerso durante il convegno dal titolo *"Gli scatolifici italiani nel 2024 tra sfide e opportunità per il futuro"*, che si è svolto durante l'ultima Print4All, a Fiera Milano. Una recente indagine interna ha offerto un'analisi approfondita sullo stato di salute del settore: dopo un 2024 complesso, segnato da una contrazione del fatturato, si guarda al 2025 con aspettative di stabilità e crescita, e in particolare con un focus su sostenibilità e collaborazione tra aziende. L'indagine infatti ha evidenziato un notevole aumento della domanda di cartone certificato da catene di custodia delle foreste (FSC, PEFC) e della richiesta di composizioni con percentuali maggiori di materiale riciclato. Ma soprattutto, gli scatolifici guardano con sempre maggiore interesse alla sostituzione di altri materiali da imballaggio con carta e cartone. Al momento, già il 47,1% dei rison-

denti ha dichiarato di avere colto opportunità legate alla sostituzione di imballi in plastica, tracciando una strada che verrà probabilmente consolidata dai numerosi cambiamenti introdotti nel prossimo triennio dal nuovo Regolamento UE su Imballaggi e Rifiuti da Imballaggi (PPWR, Packaging & Packaging Waste Regulation).

Naturalmente le aziende si stanno già muovendo per cogliere, da questi segnali, le corrispondenti opportunità di mercato. DS Smith per esempio ha rivolto una specifica attenzione a una sorta di area grigia nel mondo del packaging, quella delle confezioni secondarie, che tuttora rivestono un ruolo importante soprattutto nel canale on line e che di fatto sfuggono alle regolamentazioni che già da tempo hanno abolito i tradizionali sacchetti di plastica dai negozi. Pur in assenza di una norma in materia, emerge con chiarezza la preferenza dei consumatori, con la corrispondente risposta da parte degli operatori più coraggiosi: come Zalando, che già dal 2020 effettua le spedizioni con buste in carta realizzate con materiale riciclato e fibre vergini certificate FSC al posto delle buste di plastica. Dal canto suo una realtà come Fedrigoni ha acquisito una quota di minoranza in Pakpot, la start-up che ha sviluppato una tecnologia capace di rivestire la carta con le stesse proprietà della plastica, convertendo il silicone e la cellulosa in un materiale nanostrutturato che elimina la plastica dagli imballaggi monouso.

Nuove vie si aprono quindi per le aziende che vogliono guardare avanti, oltre gli ostacoli di tipo applicativo o economico, verso un mercato che ha bisogno di risposte in linea con i bisogni profondi delle società. Recuperando così quella capacità di rappresentare l'umano che il packaging ha sempre svolto nel modo più efficace.



Cecilia Biondi
Editrice TeMi