

The Blue Couch Series

UN RIASSUNTO DELL'EPISODIO 7
IT



Imballaggi funzionali in carta - il percorso verso una maggiore riciclabilità

In questo episodio della serie, Sappi riunisce esperti e innovatori dell'industria della carta per discutere gli ultimi sviluppi:

JULIAN THIELEN responsabile del servizio Made for Recycling di Interseroh, azienda tedesca pionieristica nel campo dei servizi ambientali integrati

KERSTIN DIETZE manager Paper and Packaging Solutions di Sappi

GUSTAVO DUARTE direttore del Competence Center Packaging Solutions di Sappi.

Insieme i tre discutono sul blue couch di Sappi (letteralmente divano blu, che da il nome alla serie) per capire meglio ciò che serve ai brand-owner al fine di trasformare in un successo il passaggio ad un imballaggio sostenibile.

PERCHÉ TRATTIAMO QUESTO ARGOMENTO ORA?

Perché la domanda di imballaggi ecosostenibili in Europa e in tutto il mondo è in continua crescita: i brand seguono i consumatori nella richiesta di una maggiore sostenibilità e clienti e aziende vanno oltre il semplice riciclaggio e si orientano sempre più verso la creazione di un'economia veramente circolare.

I divieti di uso dei sacchetti di plastica nelle città e nei paesi vanno di pari passo con le responsabilità estese del produttore (EPR) adottate in paesi come Francia, Germania e Regno Unito. Nel frattempo, il declino della pandemia ha dato un ulteriore impulso alle richieste dei consumatori per opzioni di imballaggio più responsabili.

Tutto questo si inserisce in un mercato dell'imballaggio sostenibile già vivace, che, secondo gli analisti nei prossimi cinque anni, dovrebbe raggiungere tassi di crescita annuali tra il 5% e il 7,5%. E questo offre una grande opportunità per i brand più lungimiranti.

QUALI SONO GLI ARGOMENTI CHIAVE DISCUSSI DAGLI ESPERTI?

- Cosa bisogna considerare quando un brand-owner sta valutando i pro e i contro del passaggio a un imballaggio sostenibile?
- Quali sono i problemi e gli ostacoli nel definire la riciclabilità e nel testare l'imballaggio sostenibile?
- Come i brand possono evitare le accuse di ecologismo di facciata e fare un vero passo avanti con i loro prodotti e imballaggi?

QUALI SONO ALCUNI DEI RISULTATI CHIAVE DELLA CONVERSAZIONE?

- Non c'è nulla di scontato nell'imballaggio sostenibile. Come sottolinea Julian Thielen, "per il consumatore finale può essere impossibile verificare se l'imballaggio che ha tra le mani è fatto di un materiale multistrato, quale materiale è stato usato e se si tratta di un materiale riciclabile".
- Semplice o no, l'imballaggio di carta funzionale sostenibile e le questioni pratiche che lo circondano diventeranno più importanti nei prossimi mesi e anni.
- Quando si tratta di sfruttare al massimo le opportunità offerte dal passaggio all'imballaggio sostenibile, c'è solo una strada da percorrere: quella di una collaborazione dettagliata tra brand-owner, produttori di imballaggio e terze parti indipendenti. Come sottolinea Kerstin Dietze: "ogni prodotto confezionato - che si tratti di prodotti alimentari, di cioccolato, di zuppe disidratate, per esempio - ha bisogno di un imballaggio dalla funzionalità completamente diversa per proteggere il prodotto".
- Tale collaborazione è il modo migliore per sviluppare nuove soluzioni utilizzando nuovi materiali - e per evitare accuse di ecologismo di facciata. Come dice anche Kerstin Dietze, "c'è molta incertezza sui nuovi materiali... quindi è molto importante avere da parte di terzi un'opinione oggettiva, che certifichi che i materiali che sono stati testati in modo oggettivo".
- Le collaborazioni industriali possono essere su piccola o grande scala, a seconda della fase in cui si trova il brand nel suo percorso dell'economia circolare. Come dice Julian Thielen, "i collaboratori capiranno qual è la conoscenza del cliente, qual è lo status quo e qual è il risultato a portata di mano".
- La mancanza di standard concordati a livello europeo è un problema da superare. Come osserva Kerstin Dietze, "oggi si hanno standard diversi in ogni Paese europeo. In Europa abbiamo, credo, almeno cinque diversi metodi di prova. Inoltre, la definizione di ciò che è riciclabile nei diversi Paesi è completamente diversa".
- La tempistica è essenziale - una collaborazione significativa tra brand-owner, i produttori di imballaggi, i valutatori indipendenti e i governi è una strada che deve essere intrapresa oggi, non domani. Come dice Gustavo Duarte: "Il treno è già partito e non c'è più modo di fermarlo".

L'episodio di Blue Couch "Imballaggi funzionali in carta - il percorso verso una maggiore riciclabilità" è disponibile per la visione [qui](#).