

Alimentare. Dalla frutta ai formaggi fino agli snack, alcuni casi di aziende che hanno investito su biodegradabile e compostabile

Packaging sostenibile, business da 6,5 miliardi

Maria Teresa Manuelli

Dai piatti pronti alle insalate, dalle zuppe ai succhi di frutta l'alimentare italiano cerca una via in linea con i nuovi paradigmi dettati dall'economia circolare anche negli imballaggi. E la sostenibilità del packaging paga al pari della qualità e della sicurezza: come è emerso da una ricerca Nielsen presentata nei giorni scorsi, le vendite in Italia di prodotti vicini ai valori della sostenibilità crescono più della media del mercato (+3,4% sull'anno precedente).

La sostenibilità ambientale, oggi, è una delle principali preoccupazioni per gli italiani e il consumatore è sempre più "coinvolto" su questo tema, con riscontri tangibili anche nei comportamenti d'acquisto. Sebbene a oggi quasi il 60% dei prodotti non presenti alcun riferimento alla riciclabilità delle confezioni, è inevitabile che il settore vedrà sempre più protagonisti materiali di origine vegetale, provenienti da filiere tracciabili certificate interamente riciclabili. Secondo la fotografia scattata dall'Osservatorio Packaging del Largo Consumo di Nomisma in collaborazione con Sin Life, la sostenibilità nei prodotti confezionati vale 6,5 miliardi di euro. E il ri-

spetto per l'ambiente è già un importante criterio di acquisto per il 36% degli italiani. Nel 2019, però, solo un'azienda su cinque ha previsto di investire in tecnologie green (21,5% - fonte: GreenItaly). Anche se il 56% delle imprese ha già adottato comportamenti per ridurre l'impatto ambientale e il 13% ha investito in processi di economia circolare.

A tracciare la strada sono i big dell'industria. Il caso più eclatante è il recente investimento da circa 1,9 miliardi di euro fino al 2025 a livello globale da parte di Nestlé (150 milioni solo in Italia, vedi Il Sole 24 Ore del 30 gennaio) per passare alla plastica riciclata per uso alimentare. La stessa Tetra Pak ha messo in campo importanti azioni proprio sul versante dell'economia circolare: dagli investimenti per lo sviluppo di cannucce di carta che sostituiranno quelle di plastica, alla produzione di polimeri a base vegetale da canna da zucchero.

Anche Marco Roveda, pioniere del biologico in Italia e fondatore di Life-gate e Fattoria Scaldasole, ha appena annunciato una linea di zuppe confezionate in pack realizzati con carta dotata di certificazione Pefc e proveniente da filiera sostenibile. «Dopo un'esperienza ventennale nel settore ho deciso di rimettermi in gioco per offrire ai consumatori prodotti che vadano oltre la semplice dicitura del

biologico e rispettino l'innovativa frontiera della Total Quality». Fumaiolo, l'azienda romagnola produttrice di pasta fresca surgelata, ha scelto di orientarsi su vaschette biodegradabili e compostabili per pasta e ragù surgelato. Fruttage ha ampliato la gamma Almaverde Bio con "Le Vellutate Senza Olio" in pack compostabile certificato TÜV Austria e le nuove bevande alla frutta con apertura PullTab che consente di consumare il prodotto senza la cannuccia. «La consapevolezza ambientale però - sottolinea Stanislao Giuseppe Fabbrino di Fruttage - andrebbe maggiormente condivisa con istituzioni, operatori e consumatori, affinché si riesca a riconoscere e, soprattutto, a farsi riconoscere il valore di questo impegno. Non sempre, infatti, l'attenzione delle aziende alla sostenibilità si accompagna a un'effettiva disponibilità ad affrontare un costo, anche di poco superiore, per le giuste ragioni».

Sempre nel filone dei pack compostabili, Un Sacco Green è la nuova gamma di insalate fresche in busta proposte da Dimmidisi nella nuova confezione biodegradabile, che va nell'umido di casa e nella raccolta organica: dopo il trattamento di smaltimento diventerà, infatti, compost, ovvero concime. «Gli obiettivi che ci siamo impegnati a raggiungere nell'ambito della Responsabilità Sociale

d'Impresa – spiega Andrea Battagliola, direttore generale di **La Linea Verde** – sono centrali nella scelta degli investimenti che faremo d'ora in poi». Zespri, leader nella commercializzazione di kiwi, ha annunciato di voler rendere tutti i suoi imballaggi riutilizzabili, riciclabili o compostabili al 100% entro il 2025.

Anche gli snack e i formaggi non sono insensibili al problema. Le patatine a marchio La Casereccia di Preziosi Food sono stati premiati con l'Adi Packaging Design Award per il loro pack che si decompone in soli tre mesi. Mentre Nonno Nanni per il 2020 lancia sul mercato lo Stracchino con packaging biodegradabile e compostabile. Mentre nei surgelati nasce la "ecobag" per il minestrone Valle degli Orti di Frosta. L'azienda specialista del sottozero ha realizzato un pack a ridotto impatto ambientale e riciclabile nella carta, ovvero il primo surgelato in busta con meno 70% di plastica e meno 40% di CO2 prodotta.

Pure le classiche retine per arance e patate si adeguano. Sorma, gruppo specializzato nella progettazione e realizzazione di sistemi di confezionamento, ha lanciato in occasione di Fruit Logistica 2020 SormaPeel, una linea di confezioni "spellcolabile", cioè facilmente rimovibile da parte del consumatore, che potrà quindi riciclare separatamente e velocemente la plastica e la carta. «Abbiamo utilizzato materiali di largo consumo – spiega Mario Mercadini, large scale manager – dove il sistema di riciclo che sta a valle è consolidato, in grado di gestirli e smaltirli facilmente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Spesa green. Investire nella sostenibilità conviene: le scelte dei consumatori privilegiano i prodotti con confezioni riciclabili



OSSERVATORIO IMMAGINO NIELSEN**Il 43% compra in base all'eco-impatto**

Nell'era del climate change e della questione ambientale, il packaging dei prodotti di largo consumo assume un nuovo ruolo per industria e consumatori. L'ultima edizione dell'Osservatorio Immagino Nielsen Italy ha indagato come i temi green vengono comunicati sul packaging e sulle etichette dei prodotti venduti in supermercati e ipermercati. Tra i claim utilizzati dalle aziende per comunicare la sostenibilità, quello che si riferisce alla composizione del packaging è in crescita: ossia "con materiale riciclato", che nell'ultimo anno ha aumentato del +1,9% le vendite, arrivate a 164 milioni di euro. Altra performance brillante è stata quella del claim "meno plastica": pur essendo ancora poco diffuso a scaffale (132 prodotti, pari allo 0,1%

dei prodotti del perimetro Immagino), ha visto crescere in un anno del +19,5% le vendite, arrivate a 48 milioni.

L'Osservatorio Immagino ha inoltre approfondito l'analisi per arrivare a misurare il livello di riciclabilità degli imballaggi all'interno delle singole aree merceologiche. Nel reparto ortofrutta, cura casa, carni e bevande oltre il 90% dei prodotti rilevati ha confezioni riciclabili o largamente riciclabili. Questa quota scende intorno all'80% in drogheria e fresco - le categorie con il maggior numero di referenze vendute - nel freddo e nel *pet care*. L'impatto ambientale del pack è un fattore che influenza il 43% dei consumatori nella scelta dei prodotti alimentari, con il 48% dichiara di aver smesso di

comprare prodotti che presentavano eccesso di imballaggi, il 22% di aver ridotto gli acquisti con imballaggio in plastica, il 23% di aver aumentato invece quello di prodotti sfusi.

Se è vero che i consumatori cercano pack più sostenibili, il 41% non è però disposto a pagare di più e a questi si aggiunge un ulteriore 26% che dichiara una disponibilità molto bassa a sostenere un differenziale. Sono i principali dati dell'indagine Nomisma dell'Osservatorio packaging del largo consumo, da cui emerge anche che nel food&beverage la sostenibilità del prodotto rappresenta oggi il secondo fattore di acquisto, dopo la qualità (44% dei responsabili acquisti).

—M.T.M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CENTRO RICERCHE ENEA DI BRINDISI**Cibo avariato? La biopellicola cambia colore**

Dagli zuccheri contenuti nel mais e nelle barbabietole, e grazie agli additivi naturali, le "biopellicole intelligenti" cambiano colore in caso di deterioramento del cibo e, insieme, ne prolungano la durata. E poi, con l'inserimento di alcuni altri elementi provenienti da scarti di lavorazione agroalimentari, le bioplastiche diventano 100% compostabili e biodegradabili. A sviluppare contenitori e pellicole sostenibili è il centro ricerche Enea di Brindisi. «Da anni siamo impegnati in questa attività, in linea con i principi della valorizzazione delle risorse locali e dell'economia circolare - dice la ricercatrice Claudia Massaro -. In particolare ci siamo dedicati allo sviluppo di soluzioni per ridurre l'impatto ambientale dei contenitori a fine vita, in linea con

gli obiettivi della direttiva europea Sup (Single Use Plastics)».

Il film delle "biopellicole intelligenti e antimicrobiche" (messo a punto all'interno di un programma di collaborazione con l'Università del Salento) viene reso "bioattivo" grazie all'uso di sostanze naturali. «Oltre a essere biodegradabili e compostabili e a svolgere la tradizionale funzione di contenimento e protezione degli alimenti, queste pellicole sono in grado di fornire una risposta specifica all'ambiente con cui il film contenitivo viene in contatto e hanno spiccate proprietà antiossidanti e antifungine, oltre ad essere in grado di "segnalare" il deterioramento del prodotto alimentare che avvolgono», continua la ricercatrice. In pratica la confezione reagisce attivamente con l'atmosfera interna

della confezione, cambiando colore a seconda dell'ambiente acido-base con cui viene a contatto. Inoltre, utilizzando ossido di zinco e alluminio sono state sviluppate biopellicole dalle proprietà antimicrobiche particolarmente adatte per prolungare la scadenza dei prodotti, in linea con gli obiettivi di riduzione degli sprechi alimentari dell'Agenda Onu 2030.

È infine una linea tutta naturale quella seguita per realizzare i nuovi materiali verdi in biocomposito. In questo caso alla bioplastica vengono aggiunti fibre o additivi di origine naturale derivati da scarti della filiera agroalimentare (lino, canapa, scarti di vegetazione olearia e di lavorazione del caffè).

—Davide Madeddu

© RIPRODUZIONE RISERVATA