

Packaging/1 A colloquio con Fabrizio Bernini, responsabile sviluppo e ricerca di Magic Pack

L'imballaggio trema arriva la plastic tax

Quanto al "green" resta ancora da capire cosa davvero sia

di Mauro Faverzani

Il Coronavirus ha cambiato le carte in tavola, eccome! Almeno nel mondo degli imballaggi in plastica per i prodotti alimentari. Sia incrementandone l'utilizzo per ragioni di sicurezza. Sia rinviando una guerra giocata a colpi non solo di slogan, bensì, più concretamente, anche a colpi di «plastic tax», sospesa solo a causa dell'emergenza Covid. Uscita dalla porta, ma già pronta a rientrare dalla finestra. Se non accade qualcosa, infatti, presto i toni potrebbero riaccendersi, tant'è vero che il ministro dell'Ambiente, Sergio Costa, ha già promesso che dal prossimo primo gennaio la tassa sulla plastica tornerà e, secondo Unionplast, sarà «una mannaia fiscale dalle ripercussioni negative per il sistema produttivo, ma potenzialmente anche per i consumatori».

Un quadro, questo, con cui è sostanzialmente d'accordo chi ogni giorno opera in questo settore ed è chiamato a confrontarsi da una parte con le esigenze del mercato, dall'altra con le richieste della politica. Ne parliamo con l'ing. Fabrizio Bernini, responsabile ricerca e sviluppo di Magic Pack (Gruppo Happy), azienda di Gadesco Pieve Delmona dedicata alla produzione di vaschette per prodotti alimentari freschi - quali carne, salumi, formaggio e verdura -, nonché di materiale plastico, destinato prevalentemente alla grande distribuzione organizzata per esigenze di confezionamento industriale.

Allora, avete registrato anche voi un aumento nella domanda di imballaggi in plastica?

«A questa domanda è difficile dare una risposta in termini numerici. Certo, la presenza del Covid sicuramente, incrementando paure e timori, ha portato a considerare il mondo dell'imballaggio come una barriera nei confronti del virus. Ciò ha anche placato in parte l'offensiva nei confronti della plastica. Del resto, l'imballaggio ha uno scopo ben preciso: non solo una funzione logistica come contenitore per il trasporto, spesso utilizzato poi anche per la cottura del prodotto, bensì anche la funzione di garantire cibo fresco e non contaminato in tavola, prolungandone la vita e veicolando informazioni im-



Il Tetra Pak? Una follia

E' un insulto al buon senso e presentarlo come un materiale sostenibile è una follia: alla carta si aggiungono plastica, inchiostro, alluminio e collante...

portanti per il consumatore. Anche la nostra azienda ha aumentato il fatturato, ma è difficile dire quanto ciò sia legato all'emergenza Covid, quanto a ragioni di mercato, quanto alla nostra capacità di vendita e quanto magari ad altri motivi...».

Quindi, dopo la crisi, si aspetta nuovi attacchi all'imballaggio in plastica?

«Già ci sono i primi segnali... L'alternativa è il materiale green? Dobbiamo intenderci su cosa questo voglia dire. Qualunque cosa si faccia, ha sicuramente un impatto ambientale. Il problema è misurare questo impatto e vedere se si riesca a ridurlo il più possibile. Altrimenti facciamo marcia indietro ed avvolgiamo il pesce nel giorale, come una volta! Guardi, il discorso dell'imballaggio green è sorto e si è alimentato sull'onda della lotta non alla plastica in quanto tale, bensì ai rifiuti di plastica, che riempiono spiagge e mare. Però, come ha osservato giustamente Giorgio Quagliuolo, il presidente del Corepla ovvero del Consorzio nazionale per la raccolta, il riciclo ed il recupero degli imballaggi in plastica, «la plastica non ha le gambe». Se va a finire in mare,

è perché qualcuno ce la getta. Non solo. I Paesi top ten mondiali, Cina in testa, sono responsabili di oltre il 90% delle isole di plastica e di altri rifiuti - vetro, lattine, pneumatici,... -, che vediamo a tonnellate negli oceani e questo in quanto sono privi dei necessari sistemi di recupero del materiale. Per risolvere realmente il problema, quindi, non ha senso penalizzare con tasse ad hoc l'imballaggio monouso, che è una micro-frazione di una questione, in realtà, molto più grande e - purtroppo - priva di regole».

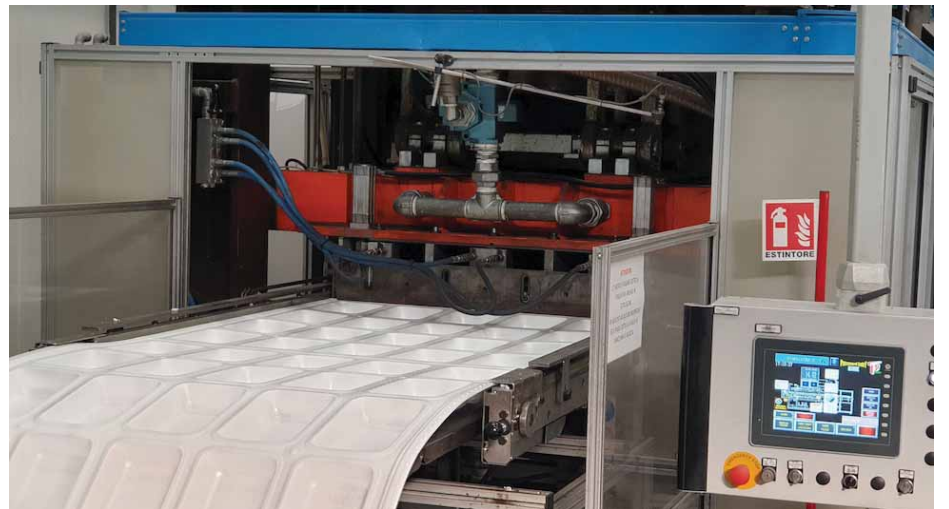
Ma puntare su materiali green non costituisce in ogni caso un'opportunità?

«L'Europa ha già risposto da tempo con l'analisi LCA-Life Cycle Assessment, che prende in carico l'imballaggio, dai materiali necessari per produrlo sino al suo smaltimento e riciclo. Si tratta di sistemi normati, certificati e dovrebbero rappresentare un riferimento per tutti, viceversa ci troveremmo di fronte ad un fenomeno di greenwashing, cioè di fronte ad affermazioni che di green hanno solo la veste, ma non il contenuto. Il tetrapak, ad esempio, è un insulto al buon senso e presentarlo come un materiale sostenibile è una follia: alla carta si aggiungono plastica, inchiostro, alluminio e collante... E lo definisce green? Tenendo oltre tutto conto che la sua riciclabilità è in teoria possibile, ma separare un simile multistrato nelle sue componenti è, in realtà, appannaggio di pochi impianti attrezzati allo scopo ed, a loro volta, con costi ambientali».

Ma cosa è riciclabile, allora, e cosa no?

«Tutto, tecnicamente, è riciclabile. Dipende solo da quanto siamo disposti ad investire in termini di risorse e di costi. Più il materiale è semplice, più è riciclabile, ma dev'essere raccolto, separato nelle varie tipologie del prodotto - il che richiede impianti specializzati -, trattato con riciclo meccanico e ridotto a granulo oppure con riciclo chimico per smontarne la struttura molecolare. Poi occorrono industrie che lo richiedano. L'industria sta facendo grossi sforzi, per rendere disponibili questi sistemi. L'obiettivo è quello di arrivare ad un riciclo esteso.

A sinistra l'ingegner Fabrizio Bernini, responsabile ricerca e sviluppo di Magic Pack, azienda di Gadesco Pieve Delmona



Però i processi da Lei descritti hanno sicuramente un costo economico, energetico ed ambientale...

È proprio questa la domanda, cui dare risposta. E riguarda tutti i materiali, non solo la plastica. Tali processi sono attualmente in una fase ancora iniziale, per cui non ci sono ancora dati certi disponibili. Ma si dovrà valutare prima o poi cosa sia davvero green e cosa no... È un tema non semplice da affrontare. E calcoli che l'Italia è uno dei Paesi, in cui i livelli di riciclo e di selezione sono tra i più alti di tutti. Resta però ancora molto da fare, da investire, da studiare, da capire. Ad esempio: secondo i dati ricavati dalla letteratura ora disponibile, il profilo ambientale delle bioplastiche risulta peggiore di quello delle plastiche. Ma quanti lo sanno? Guardi, certi materiali non sono la panacea di tutti i mali. Però si preferisce andare avanti a colpi di slogan...».

Smaltire la plastica è però semplice, basta raccogliere i prodotti nei relativi sacchi della differenziata...

«Sì, l'utente medio fa così, non sapendo però che in questo modo peggiora la situazione. Mettere insieme plastiche tra loro incompatibili non va bene: la plastica compostabile danneggia il flusso di quella tradizionale e viceversa. Ammesso è non concesso che il consumatore riesca a distinguere una tipologia dall'altra e che sappia leggere le indicazioni scritte sull'imballaggio...».

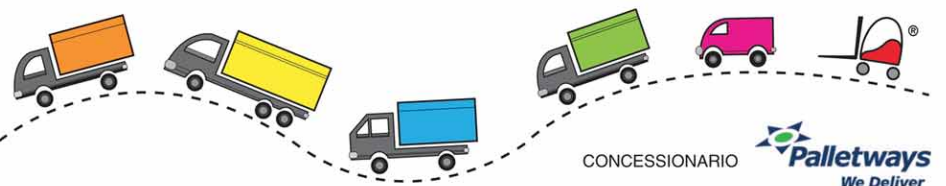
Par di capire che, in ogni caso, vi siano ancora vasti mercati da conquistare nel vostro settore...

«Certo, per l'imballaggio in generale assolutamente sì! Anche perché il numero dei singles è in aumento, quindi si devono fare più confezioni monodose. Sono questioni complesse, tirano in ballo discorsi importanti, come quello di evitare sprechi alimentari. Proprio per questo, penalizzare con nuove tasse non risolve niente ed è inutile riservare gli incentivi solamente a soluzioni "verdi", che non sono neanche ben identificate, non fanno numeri adeguati, il loro risultato tecnico e le loro applicazioni sono scarsi».

L'azienda cremonese produce vaschette per prodotti alimentari freschi, quali carne, salumi, formaggio e verdura -, nonché di materiale plastico per la grande distribuzione

SERVIZI ESPRESSI - SERVIZI NAZIONALI INTERNAZIONALI - SERVIZI GROUPAGE E DEDICATI - LOGISTICA - ADR

RACCHETTI®
MEDIOTRASPORTI cremona



Via delle Viole, 35 - 26100 Cremona Tel. 0372/491021 www.racchettitransporti.com

Packaging/2 Lancellotti, presidente e ceo di Imbal Carton

Carta e cartone, affari in crescita

Effetto Covid: «Sono a bassissimo veicolo di virus»

di Mauro Faverzani

«**N**ei primi nove mesi del 2020 abbiamo registrato un incremento dei volumi complessivi di imballaggi spediti pari al 6,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso»: è soddisfatto Michele Lancellotti, presidente e amministratore delegato di Imbal Carton, azienda del territorio dedicata alla produzione di imballaggi per aziende alimentari. «È, questo, un risultato eccezionalmente positivo, perché ad aprile avevamo registrato un - 25% ed a maggio un - 15%». Il che significa che in pochi mesi sono riusciti a rimontare il segno negativo e addirittura a trasformarlo in positivo: «Il nostro è un mercato, che in Italia vale 5 miliardi di euro; la Lombardia, da sola, vale un miliardo di euro di fatturato su base annua». Sono questi i numeri, impressionanti, del packaging e del cartone ondulato, suo ambito di competenza: «Soprattutto i clienti del settore agroalimentare hanno fatto registrare delle impennate di lavoro incredibile anche durante il lockdown - spiega Lancellotti - Specialmente chi produceva beni di prima necessità, come latte, yogurt, frutta e verdura in cassetta, ma anche il settore cosmetico e, chiaramente, il settore farmaceutico... Abbiamo un cliente, un'azienda bresciana, che produce anche un disinfettante per le mani: ha registrato un + 40% negli ordinativi rispetto all'anno precedente. Ed anche

i flaconcini di disinfettante hanno bisogno di una scatola, per essere spediti in tutta Italia... Non solo. Abbiamo recentemente acquisito degli ordini da aziende, che producono mascherine, confezionate in scatole di cartone ondulato».

Insomma, i numeri non vi mancano...

«No di certo. Guardi, la nostra azienda trasforma circa 65 milioni di metri quadrati di cartone all'anno e trasformiamo circa 300 mila metri quadrati di cartone lavorato al giorno, tutti al 100% riciclabili».

Allora che garanzie in più offre questo tipo di imballaggi rispetto alle esigenze imposte dalla pandemia in termini di sicurezza?

«È stato stimato, calcolato e sperimentato che la carta ed il cartone sono un bassissimo veicolo di virus rispetto ad altri elementi, come la plastica. Non ci sono ricerche molto precise ed accurate in merito, ma anche perché i nostri stessi clienti non chiedono particolari garanzie. Di certo c'è, in generale, una corsa alla sostituzione della plastica con la carta ed il cartone, al di là della pandemia. C'è una pesante «plastic tax» in arrivo ed una sensibilità da parte del consumatore finale, chi cioè va al supermercato a fare acquisti, a non portarsi più a casa imballaggi in plastica, ma a preferirvi quelli in carta e cartone, essendo al 100% riciclabili, in certi casi addirittura compostabili, come nel caso delle vaschette in cartone ondulato contenenti frutta e verdura. E noi siamo in grado di



stampare - fino a sei colori... - anche il logo del nostro cliente sulla scatola...».

Ha accennato al discorso del riciclo...

«Certo, per fare il cartone ondulato noi utilizziamo carta nell'80% dei casi riciclata, con cui produciamo nuovo imballaggio, come per le scatole delle scarpe, e nel 20% dei casi utilizziamo invece carta vergine, derivante dal taglio delle piante ovvero dalla polpa di latifolia o dalla polpa di conifera, soprattutto per i prodotti alimentari, ad esempio per realizzare la scatola della pizza da asporto».

Secondo Lei, investire sui materiali "green" rappresenta un'opportunità?

«Guardi, stiamo cercando di brevettare una vaschetta in cartone ondulato compatibile al contatto con la carne da imballare, vaschetta alter-



A sinistra Michele Lancellotti, presidente e amministratore delegato di Imbal Carton, azienda del territorio

Risultati eccezionali

Soprattutto i clienti del settore agroalimentare hanno fatto registrare incredibili impennate... il settore farmaceutico, cosmetico e anche... per confezionare le mascherine

te le direzioni, per sostituire carta vergine con carta riciclata ad altissima performance: in questo abbiamo un partner tedesco, che ci aiuta. È molto difficile riuscirci, però consideriamo che vengono smaltite le scatole delle mele Melinda: queste, con opportuni accorgimenti, potrebbero tornare ad essere carta idonea al contatto con la mela. Oggi non è così».

Quindi puntate molto sulla ricerca...

«Moltissimo! Noi, internamente, abbiamo il reparto di ricerca e sviluppo, che lavora a stretto contatto col nostro partner tedesco, di cui Le parlavo, ProGroup, con cui abbiamo stretto una partnership in esclusiva e lo abbiamo accolto in Italia, nella nostra sede di Piadena. È una multinazionale, che fattura un miliardo di euro ed è presente in oltre una decina di nazioni europee. Con lui stiamo spingendo, per poter proporre al consumatore finale carte più sgrammate, che creino meno spessore, consentano un risparmio in termini di anidride carbonica, pur garantendo gli stessi indici di performance, ad esempio quanto a resistenza alla compressione verticale, evitando cioè che le scatole impilate spaccino».

Insomma, quello dell'imballaggio in carta è un promettente settore, capace di prospettiva e soprattutto di rappresentare un'eccellenza italiana.

«Prodotti confezionati cresciuti del 20%»

Rossetto: la tendenza resta una spesa più grande

Il Covid ha cambiato il nostro modo di fare la spesa. Si potrebbe aggiungere anche perché, nella sostanza, la pandemia e le misure per arginarla, hanno inciso quasi su tutto. Ci ha cambiato nella frequenza della spesa, negli importi e nelle scelte dei prodotti. I comportamenti sono peraltro soggetti a continue variazioni. Lorenzo Rossetto, amministratore delegato dei Supermercati Rossetto, 23 punti vendita in tutto il Nord, ci aggiorna sulle ultime rilevazioni. «Nella scelta dei prodotti - spiega - la tendenza è quella di evitare file e di prendere più prodotti confezionati. Invece di stare in attesa di essere servito, si preferisce prendere la confezione. La percentuale non è semplice da stabilire, riteniamo che indicativamente un 20% dei clienti preferisca non essere più in coda alla gastronomia. Lo stesso accade nei banchi di frutta e verdura». «La novità su scala nazionale - continua - è che questi comportamenti prudenziali, oggi, si sono diffusi anche nelle Regioni centrali e meridionali che, sostanzialmente, erano state solo parzialmente toccate nella prima ondata Covid. Adesso, ormai, non c'è più alcuna Regione che possa non considerarsi a rischio. Sono indicazioni che ci arrivano dal mercato perché, in realtà, il nostro supermercato più a sud, si trova a Reggio Emilia...».

«È cambiata anche la frequenza della spesa - rileva Rossetto - anche se si è attenuata la tendenza che avevamo notato nei primi mesi. L'importo è del 15% più elevato rispetto alla media precedente il Covid, ma andiamo a farla meno di frequente. I numeri, nel lockdown, ci dicevamo che andavamo a spendere anche il 50-60 per cento in più, in modo da fare la spesa per una decina di giorni e non pensarci più. La tendenza resta, ma gli importi sono diminuiti. Dovrei aggiungere che non notiamo differenze nei nostri supermercati tra Veneto, Lombardia ed Emilia Romagna».

La scelta di prendere meno prodotti sfusi,



non potrebbe spiegarsi anche con la difficoltà di aprire questi sacchetti? A volte, è necessario togliersi i guanti...

«Questa mi giunge nuova. I direttori ci segnalano sempre le criticità, ma questo aspetto non ci è ancora stato indicato. Posso pensare che, trattandosi di confezioni di 200 sacchetti attaccato uno all'altro, qualcuno possa non uscire bene. Può succedere anche da noi, ma non mi pare sia la regola».

Quando riprenderà, da Rossetto, lo sconto dell'ultimo mercoledì del mese?

«Se lo riproponessimo oggi, ci chiuderebbero il supermercato per assembramento. Le condizioni di legge, in questo momento, non ce lo consentono. Le posso dire che, nell'iniziativa dell'ultimo mercoledì del mese, con sconto del 10 per cento alla cassa, registriamo un afflusso del 400 per cento superiore alla media giornaliera. Anche noi siamo dispiaciuti di non poter proseguire in questa offerta, anche perché incide nel nostro fatturato. Fra l'altro, è una promozione tradizionale, che noi facciamo da più di 20 anni. Speriamo, evidentemente, di poterlo riproporre tra qualche mese, vorrebbe dire che i pericoli sono passati e siamo tornati ad una situazione normale. Ogni giorno, peraltro, cerchiamo di proporre delle offerte in ogni punto di vendita».

Paolo Carini



COMUNE DI CREMONA

Settore Lavori Pubblici e Mobilità Urbana

Prot. Gen.: 0060796/20

ADOZIONE DEL PIANO URBANO DELLA MOBILITA' SOSTENIBILE (PUMS)

IL DIRETTORE DEL SETTORE LAVORI PUBBLICI E MOBILITA' URBANA
ai sensi e per gli effetti del Decreto Ministero delle Infrastrutture e Trasporti 4 agosto 2017
AVVISA

che gli atti riguardanti:

1) il Piano Urbano della Mobilità Sostenibile (Documento di Piano, Rapporto Ambientale, Sintesi non Tecnica, Studio di Incidenza, Parere Motivato dell'autorità competente per la VAS, Dichiarazione di Sintesi), adottati con deliberazione di Giunta Comunale n. 76 del 10 aprile 2019; saranno depositati, mediante supporto informatico, nella Segreteria Comunale, sita in piazza del Comune n.8, per consentire la visione a chiunque ne abbia interesse, dal 19 ottobre 2020 al 17 novembre 2020. Gli elaborati saranno inoltre consultabili sul sito internet del Comune di Cremona all'indirizzo

https://gisarea.comune.cremona.it/GisArea/sfogliaSIT.do?path=/mobilita_sicurezza/pums

Per lo stesso periodo copia degli atti sarà anche in visione presso gli uffici del Settore Lavori Pubblici e Mobilità Urbana siti in via Aselli 13/a previo appuntamento scrivendo al seguente indirizzo e-mail: lavoripubblici@comune.cremona.it

Il termine per la presentazione delle osservazioni è di 30 giorni dalla scadenza del periodo di deposito e cioè entro il 17 dicembre 2020.

Le eventuali osservazioni agli atti depositati dovranno essere redatte in duplice copia, e potranno essere presentate esclusivamente: - a mezzo postale (al fine del rispetto dei termini non fa fede il timbro postale, pertanto le osservazioni dovranno pervenire al Comune entro la data sopra indicata); - per posta elettronica certificata all'indirizzo protocollo@comunedicremona.legalmail.it (esclusivamente da altra casella di posta elettronica certificata e firmata digitalmente). Anche i grafici che eventualmente fossero prodotti a corredo di dette osservazioni dovranno essere prodotti in duplice copia.

Responsabile del procedimento è il Direttore del Settore Lavori Pubblici e Mobilità Urbana ing. Marco Pagliarini.

Cremona, 29.09.2020

Il Direttore DEL SETTORE LAVORI PUBBLICI
E MOBILITA' URBANA
ING. MARCO PAGLIARINI