



[NEWSLETTER](#) [Media partner](#) [La rivista](#) [Il direttore](#) [La redazione](#)  
[Contatti](#)



HOME	EDITORIALI	<b>LE BREVI</b>	MERCATI	TECNICHE	FORMAZIONE	CULTURA	AMBIENTE	<b>INTERNATIONAL</b>
------	------------	-----------------	---------	----------	------------	---------	----------	----------------------

## Packaging green contro lo spreco

Scritto da Micaela Picasso il 23 settembre 2015 in AMBIENTE, Label&Pack - Nessun commento



A Expo Milano 2015 si è parlato del packaging green e sostenibile nella lotta contro lo spreco alimentare.

Esperti del compartimento dell'imballaggio insieme ai rappresentanti delle quattro associazioni promotrici – GIFASP in collaborazione con Comieco, CONAI e Istituto Italiano Imballaggio (III) – hanno affrontato il tema "La cultura della protezione e della sostenibilità – Facciamo luce sul ruolo del packaging nella lotta agli sprechi alimentari", in cui si è parlato di imballaggio e sue caratteristiche, del ruolo del packaging nello spreco alimentare, confezionamento sostenibile e prospettive future del settore.

**Emilio Albertini**, presidente Gifasp, ha fatto presente che nel mondo «si sprecano un miliardo e 300 milioni di tonnellate di cibo (dati FAO). Il packaging risolve il problema del trasporto e della conservazione ed è un settore più verde di quello che si immagina» e ha concluso: «cosa sarebbe la nostra quotidianità se improvvisamente togliessimo tutti i packaging, le scatole, i confezionamenti? Che impatto incredibile avrebbe questa nuova situazione nei confronti della conservazione di centinaia di prodotti alimentari?»

**Fulvia Lo Duca**, Managing Director Gruppo Cartotecnico Abar Litofarma e Past President di Gifasp, ha tenuto poi a sottolineare come il Gruppo Italiano Fabbricanti Astucci e Scatole Pieghevoli «abbia iniziato a pensare alla campagna per Expo 2015 sin dal 2013, credendoci da subito.»

**Eliana Farotto**, Responsabile Ricerca & Sviluppo Comieco, ha sottolineato, a proposito del riciclo, quanto «siamo avanti in Italia: l'80% degli imballaggi in carta e cartone sono riciclati. Oggi quindi il packaging è riciclabile, tecnologico, intelligente, attivo e smart. Con l'utilizzo del contenitore, infatti, si allunga la shelf life del prodotto e vi è una maggiore protezione perché, ad esempio, grazie all'innovazione di frontiera, i conservanti iniziano a essere contenuti nell'imballaggio piuttosto che nel



### APP

SCARICA L'APP  
 METAPRINTART

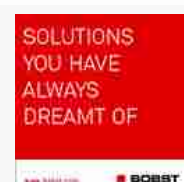


### FEED RSS



Iscriviti ai nostri [Feed RSS](#) per essere sempre aggiornato.

### CERCA NEL SITO

prodotto».

Anche **Marco Sachet**, direttore dell'Istituto Italiano Imballaggio, ha sostenuto che «l'imballaggio alimentare rende, anche attraverso la tecnologia, i prodotti alimentari sicuri e fruibili. Lo spreco nasce dall'inizio della catena alimentare, a livello logistico e arriva fino alle nostre cattive abitudini; di contro, ci troviamo di fronte ad imballaggi intelligenti e smart e ad un packaging attivo: oggi investire nel packaging è sempre più in linea con l'attenzione ambientale». A completamento rimandiamo anche a quanto Sachet ha illustrato al seminario "Non c'è Food senza packaging" a Parma da noi riportato [in questo articolo](#).

«Molto spesso – ha fatto notare **Piero Capodieci** del CdA Conai – le accuse di overpackaging sono completamente inopportune, in quanto non si ragiona con serietà sulla filiera totale, perché, oltre a garantire protezione e conservazione, il packaging porta anche efficienza e risparmio (nei tempi e nei costi). E' inoltre largamente riciclato: nel 2014 sono stati immessi sul mercato 11 milioni di chili di imballaggi, di cui il 65,9% è stato riciclato e nel 77% dei casi vi è stato un recupero totale. L'Italia ha poi largamente superato gli obiettivi di riciclo europei soprattutto nel settore della carta e già da dieci anni. L'imballaggio accompagna i cambiamenti sociali; oggi, ad esempio, le famiglie mononucleari rappresentano un terzo della popolazione e hanno sempre più necessità di monoporzioni».

**Pietro Lironi**, Presidente **Assografi** e Federazione Filiera Carta e Grafica, ha evidenziato quanto un packaging di innovazione venga realizzato in una ampia gamma di materiali e come «oggi si chiede più prodotto e meno packaging; il peso di questo si è infatti ridotto del 25%, mentre la quantità di



*prodotto è rimasta invariata. In futuro, per le nuove generazioni, dovremmo perciò dare più valore alle confezioni ma con minore peso... Oggi si ha inoltre la necessità di un packaging che comunichi più emozionalmente e che arrivi a colpire tutti e cinque i nostri sensi.*



**Tonino Dominici**, Presidente **BoxMarche**, ha puntato invece l'attenzione sulle persone, «*che sono artefici del cambiamento e fanno la differenza*» affermando inoltre che «*la sostenibilità c'è quando si hanno a cuore gli interessi di tutti e ognuno ne trae soddisfazione*».

**Silvia Leoncini**, food blogger e scrittrice, ha invitato la platea a non sprecare in cucina, «*pensando prima di comprare, riflettendo su cosa si vuole preparare, con piccoli accorgimenti e attraverso quattro regole, sintetizzabili in Riduci, Razionalizza, Riusa e Ricicla*», unendo infine creatività e tradizione. Importante lancio in concomitanza con il convegno del progetto di protezione e sostenibilità "Save the waste" (dal fagiolo al packaging) presentato da **Andrea Pozzo**, Sistemi Qualità, Ambiente e



**PASSAPAROLA**

Fai clic qui per condividere questa pagina.

**AMICI**



Sicurezza **LucaPrint Group**, che, ha spiegato, «è nato da una collaborazione di filiera a chilometro zero e italiana al 100%. *Lucaprint ha infatti contribuito a questo progetto innovativo, etico e sostenibile con la cartiera Favini e l'azienda agroalimentare Pedon : è stato realizzato un imballo in cartoncino con gli scarti della lavorazione dei fagioli*» [di cui [abbiamo riferito qui](#)].

**Massimo Falcinelli**, Account Manager **Iggesund**, parlando delle foreste svedesi, ha ricordato come «*la sostenibilità deve combattere i cambiamenti climatici e una foresta correttamente gestita come quelle svedese è in grado di assorbire anidride carbonica per molti anni; questa, inoltre, normata da più di 100 anni, aumenta perché vengono tagliati meno alberi di quanti ne crescono*».

**Fabrizio Sansoni**, Food stylist e chef, ha portato invece l'argomento sul cibo, affermando che «*con il packaging tutto è meglio protetto e conservabile; serve infatti per cucinare ma anche per servire e presentare i cibi, grazie ai materiali evoluti di cui oggi è costituito. Si compra meno perché si sfrutta maggiormente il prodotto, c'è meno dispersione e tempi di preparazione inferiori; ad esempio si può utilizzare l'imballaggio sottovuoto per cuocere, anche ad alte temperature... Tutto questo a vantaggio della creatività, che richiede tempo e applicazione*».

**Paola Negrin**, Comunicazione Lab#ID **LIUC**, ha portato l'argomento sulla tecnologia parlando di «*sistemi RFID e NFC, che servono a tracciare i prodotti nel loro ciclo di vita e sono utili contro lo spreco alimentare, per l'ottimizzazione dei processi e perché la tracciatura è automatica. Le tag lette da questi sistemi sono una pratica ormai consolidata nella logistica, all'interno del magazzino e vengono utilizzate per azioni di marketing sul consumatore*» e **Paola Favarano**, Presidente Comitato Donne AiFOS, ha trattato di comunicazione; ha infatti espresso la necessità di avere un «*packaging più narrante e creativo, soprattutto dopo che è stato utilizzato. Il packaging potrebbe infatti diventare un educatore, attraverso l'insegnamento dei suoi utilizzi diversificati e un narratore di storie, in modo da rendere più affascinante l'informazione tecnica*».

Ha concluso questo incontro **Massimo Caviola**, Managing Director **Metsä Group**, che, parlando di cartiere finlandesi, ha affermato: «*il loro obiettivo principale è lasciare il più possibile la natura come è stata creata. Per questo le cartiere finlandesi adottano la certificazione forestale che è un codice etico di rispetto per la flora e la fauna che abitano la foresta*».

43 persone hanno visto questo articolo.

CONDIVIDI QUESTO ARTICOLO

Lascia un commento

Nome (required)

Email (required)

Sito

Invia il tuo commento