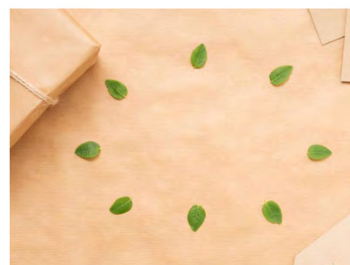


Sostenibilità: 48% non compra più prodotti con troppo imballaggio



Gli italiani prestano attenzione al packaging dei prodotti che acquistano e chiedono ad imprese e retailer maggiore impegno per garantire una svolta green. A dimostrarlo i dati dell'Osservatorio Packaging del Largo Consumo, attivato da Nomisma in collaborazione con Spinlife, con il Rapporto 2020 presentato in vista del Forum Internazionale 'Packaging speaks green' organizzato da Ucima e Fondazione Fico, in programma giovedì 20 e venerdì 21 febbraio a Bologna nell'Auditorium di Fico Eataly World.

L'impatto ambientale del pack è fattore che influenza il 46% dei consumatori nella scelta dei prodotti per la persona e la casa, il 43% nella scelta dei prodotti alimentari. Il 48% dichiara di aver smesso di acquistare prodotti che presentavano eccesso di imballaggi, il 22% di aver ridotto l'acquisto di prodotti con imballaggio in plastica, il 23% di aver aumentato l'acquisto di prodotti sfusi. I consumatori cercano pack più sostenibili, ma il 41% non è disposto a pagare di più e a questi si aggiunge un ulteriore 26% che dichiara una disponibilità molto bassa a sostenere un differenziale (che nella pratica rischia verosimilmente di azzerarsi).

Questo perché per il 99% dei consumatori è un dovere dell'industria e dei retailer produrre un impegno a proporre packaging a minor impatto ambientale. L'attenzione verso la sostenibilità del packaging si inserisce in un quadro generale di mutata sensibilità nei confronti dell'ambiente. Infatti, se in ambito food beverage è la qualità del prodotto (intesa come origine delle materie prime, presenza di certificazioni, ...) a rappresentare ancora il driver di acquisto principale (indicato dal 44% dei responsabili acquisti), la sostenibilità del prodotto (prodotti eco-friendly, a basso impatto ambientale, ...) rappresenta oggi il secondo fattore (36% delle indicazioni).



Ma quali sono gli attributi che per il consumatore rendono sostenibile un prodotto? Essere biologico (42% dei responsabili acquisto individua il marchio bio come principale espressione di sostenibilità), avere una confezione fatta con materiali riciclati o a basso impatto ambientale (37%), derivare da un processo produttivo che utilizza fonti rinnovabili (31%) o con basso consumo di energia/acqua (18%), che garantisce il giusto reddito a chi lo produce (24%). Mentre quando si pensa ad un pack sostenibile i consumatori pensano ad una confezione fatta con materiali degradabili (56%) o riutilizzabili (39%).

Sul piano dei materiali, per il food il materiale più rispettoso dell'ambiente è la carta (indicata dal 47% dei responsabili acquisto). Per la categoria bevande nell'immaginario del consumatore sono vetro e cartone/brick a rappresentare i materiali più sostenibili (citati rispettivamente dal 64% e 26%), la plastica è in coda (4%).

Dove gli italiani cercano un pack più sostenibile? Soprattutto acqua per 1 italiano su 3 (29%), frutta e verdura fresche per 1 consumatore su 5 (20%), seguono biscotti/merendine, bevande gassate, legumi in scatola e latte.

Le azioni praticate più spesso dagli italiani? Svelta la raccolta differenziata, praticata da ben l'83%, segue la riduzione dei consumi energetici (78%) e idrici (77%), limitare l'acquisto o l'utilizzo di bottiglie di plastica (41%), preferire trasporti sostenibili (38%).

Social (34%) e programmi in Tv (32%) sono un punto di riferimento per acquisire più informazioni, altrettanto importanti le campagne di sensibilizzazione, indicate dal 32% degli italiani. Contano anche i testimonial internazionali, da Greta Thunberg a Leonardo DiCaprio (29%).

Più in generale, il 96% degli italiani è preoccupato per il proprio impatto sull'ambiente. E' il cambiamento climatico l'aspetto più preoccupante per gli italiani (56% delle risposte multiple), seguito dall'inquinamento delle acque (54%). Più di 1 italiano su 2 è interessato al tema della sostenibilità e 1 italiano su 3 (32%) sostiene di conoscere bene l'argomento, un dato che dal 2018 al 2019 è cresciuto del 10%. La sostenibilità è una moda per 4 italiani su 10 (41%), un tema sentito per il 47%.



L'ultima sessione di approfondimento del Forum si baserà invece sul concetto secondo il quale il futuro del packaging sostenibile è ora, puntando i fari sui materiali e sulle tecnologie green. La docente Ingegneria chimica civile e ambientale dei materiali dell'Università di Bologna, Paola Fabbri, e a seguire il co-fondatore di Spinlife Alessandro Manzardo, introdurranno la sezione partendo dai falsi miti, per poi dare spazio ad un panel che coinvolgerà altri importanti relatori. Di 'end of line' parleranno invece il general manager european office di TerraCycle, Laure Cucuron, il ceo di Aliplast Carlo Andriolo, e il general manager Herambiente Gianluca Valentini.