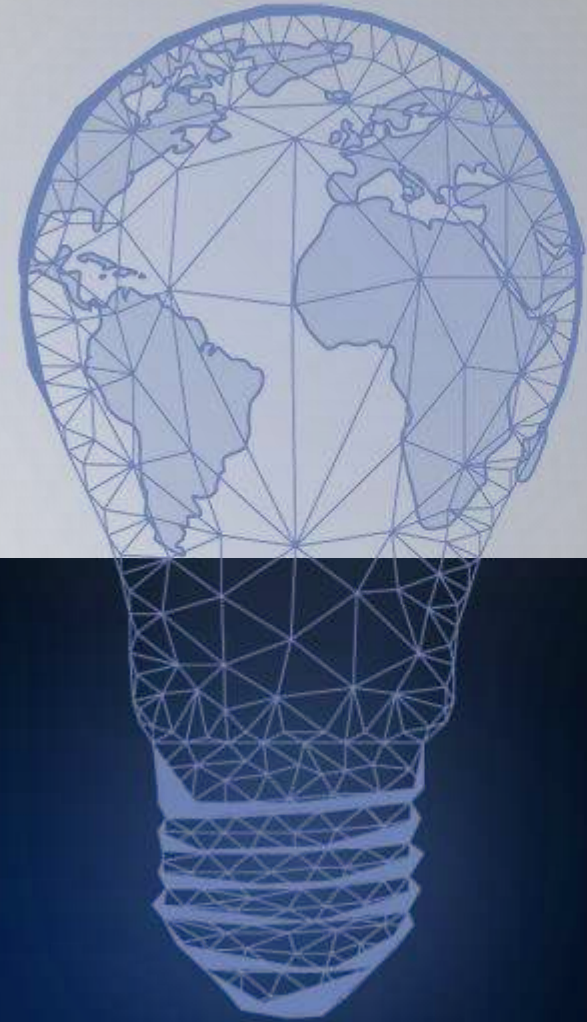


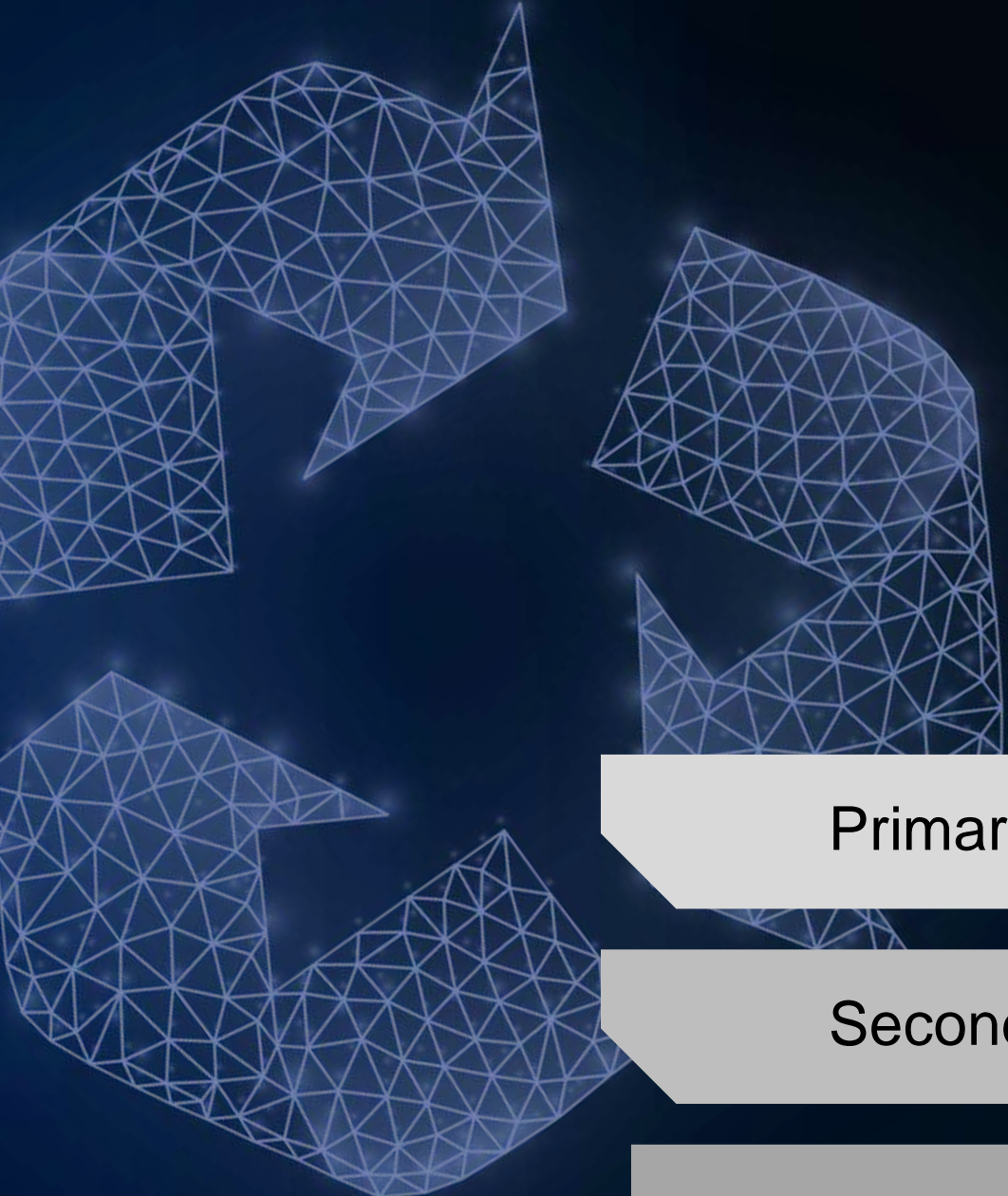
Economia Circolare ed eco-Sostenibilità

L'importanza di un Packaging sostenibile da
parte dell'industria





Se il packaging diventa il cuore
dell'economia circolare



Il packaging, dall'inglese package (pack) cioè confezione, è quella branca del **marketing** che **studia**, progetta e **realizza le confezioni dei prodotti**. Lo scopo è attirare il cliente senza dimenticarsi della sua funzione originaria, cioè proteggere il prodotto garantendo facilità di consegna.

Primario (per la vendita)

Secondario (multiplo)

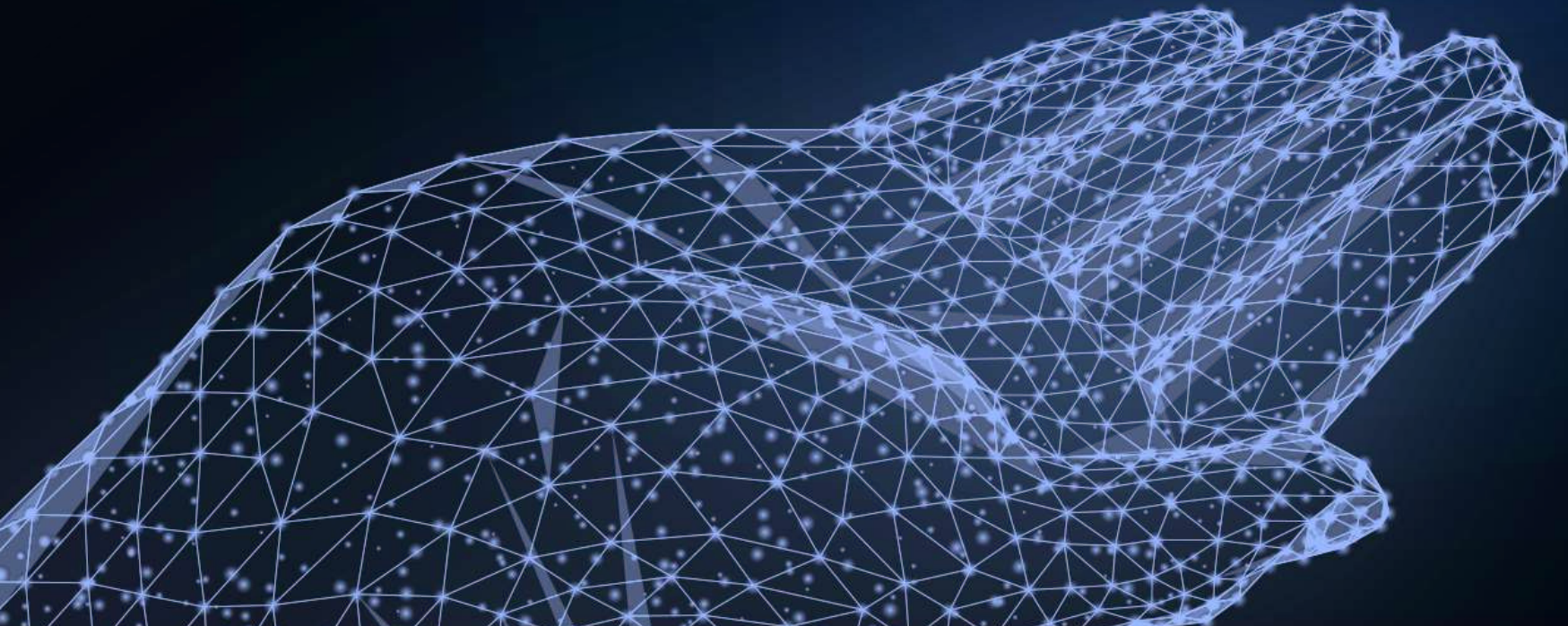
Terziario (per il trasporto)



L'importanza del packaging

Le funzioni del packaging sono diverse. Ma possono comunque essere riassunte in due grandi concetti.

Da un lato, il packaging è un **oggetto di uso comune** che ha una funzione ben specifica: contenere, conservare e preservare un determinato prodotto/alimento.



Dall'altro lato, il packaging è una sorta di **oggetto che produce senso**: deve riuscire a trasmettere le peculiarità del prodotto, a comunicare la brand identity e a “convincere” il possibile acquirente.



Packaging e Comunicazione

Affinché il packaging possa essere considerato uno strumento di comunicazione efficace, deve avere e utilizzare al meglio tre elementi chiave: stiamo parlando del colore (che deve essere coerente con il prodotto), dell'etichetta (che deve riportare tutte le informazioni stabilite dalla legge) e dei simboli (che possono, in un solo colpo d'occhio, comunicare la brand identity)



Da quanto detto fino a questo momento, è evidente la grande importanza strategica e comunicativa del packaging.

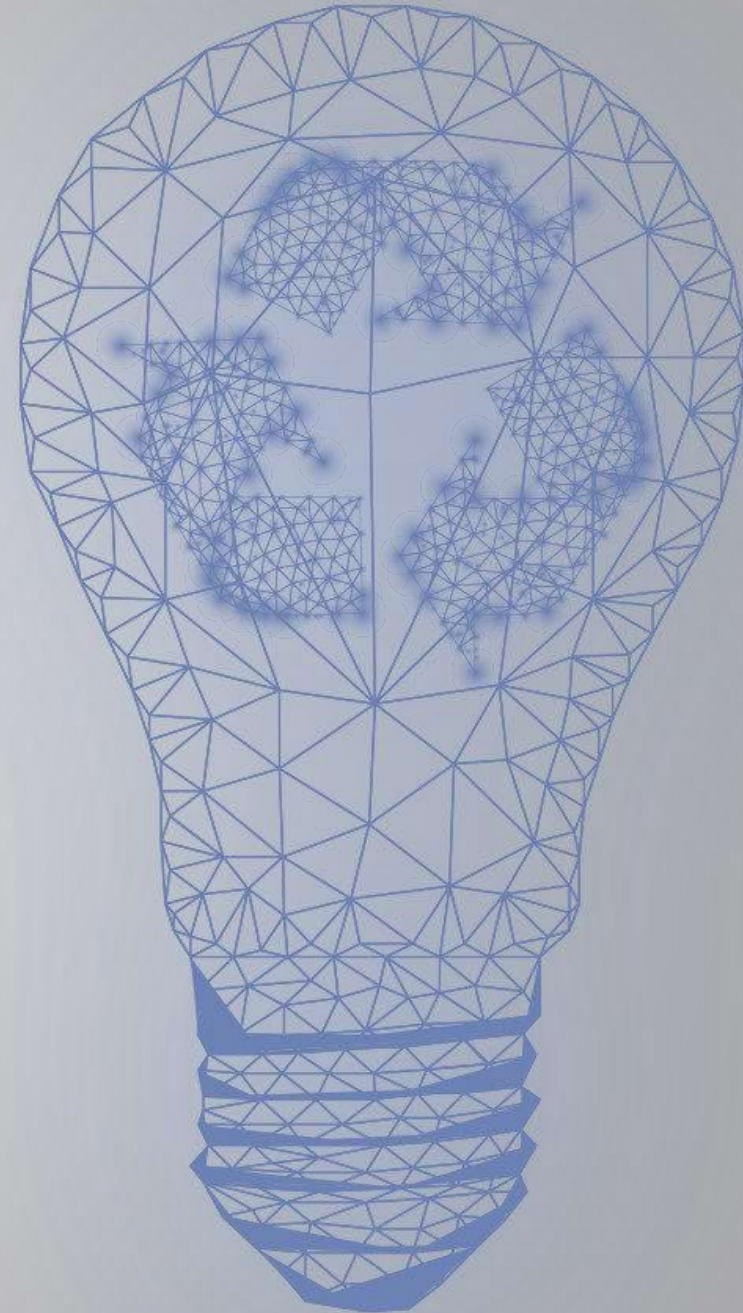
Un buon packaging può migliorare la percezione del brand e aumentare le vendite.

Un cattivo packaging può addirittura rivelarsi dannoso per l'azienda.

[E per fare un buon packaging, ci sono piccoli segreti da conoscere.](#)



L'Economia Circolare è un paradigma economico che integra la sostenibilità ambientale e sociale all'interno della **strategia aziendale**. Si basa sul principio di disaccoppiare la crescita economica dal consumo di risorse e dalla generazione dei rifiuti, basandosi sui principi di **Riduzione degli sprechi** di energia e materiali, **Riutilizzo** dei prodotti, **Rigenerazione** dei componenti e **Riciclaggio** dei



In termini pratici riguardanti il PACKAGING, si tratta di adottare tutta una serie di strategie volte a:

prolungare la vita utile del packaging, attraverso l'erogazione di servizi di assistenza, riparazione e manutenzione come avviene per i prodotti stessi;

massimizzarne l'utilizzo, un packaging che ad esempio prenda sia vita con pari dignità del prodotto

recuperare il valore di packaging, componenti e materiali a fine vita, mediante la raccolta a fine uso dei packaging finiti, il ricondizionamento, il disassemblaggio in singoli componenti ed il riciclaggio dei materiali



Imballaggi sostenibili e intelligenti, design innovativo e materiali alternativi alla plastica.

La sfida del futuro è quella di ridurre al minimo l'impatto delle confezioni dei prodotti sull'ambiente, senza rinunciare alla qualità.

Lo chiedono i consumatori e soprattutto i Millennials, preoccupati della crescente quantità di rifiuti che invade le nostre città, disperdendosi nell'ambiente e in mare.





È tuttavia importante **sfatare alcuni falsi miti**. Molti pensano che gli italiani non siano attenti alla raccolta differenziata: l'ultimo Rapporto di Sostenibilità di Conai smentisce questo pregiudizio (1), ricordando che **nel 2017 nel nostro Paese è stato avviato a riciclo il 67,5% dei rifiuti di imballaggio** in acciaio, alluminio, carta, legno, plastica e vetro, per un totale di 8,8 milioni di tonnellate di materiali. Abbiamo evitato il consumo di circa 3,8 milioni di tonnellate di materia prima, quasi il 50% in più rispetto al 2005.



Benché sia possibile fare di più, l'Italia ha già superato gli obiettivi che la nuova direttiva europea fissa per il 2025.



Casi di successo

Chi ha trasformato
l'economia circolare in
valore



Il Caso



Barilla ha condotto uno studio sulla crusca che rappresenta lo scarto industriale nella produzione di pasta bianca. Questo studio ha rivelato che, mescolato ad una cellulosa, lo scarto della crusca può trasformarsi in cartone.

Il cartone è il cuore pulsante del packaging di pasta **Barilla** e in questo caso l'azienda **chiude il cerchio della circolarità: produzione – scarto= prodotto scarto + elemento aggiuntivo= packaging.**

Questo è il tipico esempio di economia circolare che genera un packaging.

Il Caso **FERRERO**

La Ferrero è l'azienda più alto consumatrice di nocciole al mondo. Per anni la buccia delle nocciole è stata ceduta a tonnellate ad impianti di combustione per produrre energia elettrica.

Lo studio recentemente condotto da chimici finanziati da Ferrero ha prodotto uno straordinario risultato: si è scoperto che la buccia delle nocciole contiene un potente probiotico naturale.

Questa scoperta genera più di un vantaggio per l'azienda perché può trasformarsi in valore di rivendita o in ampliamento di gamma prodotto. Questo è l'esempio di uno scarto che è già esso stesso prodotto





Il calcestruzzo diventa calcestruzzo



L'azienda leader nel suo settore gestisce materiali chimici altamente nocivi sia a contatto con l'uomo e la natura. Ma proprio perché la produzione risulta impattante per l'ambiente esterno l'azienda ha condotto delle ricerche di laboratorio per capire cosa si potesse riutilizzare e ha recentemente scoperto che il **calcestruzzo-scarto se rigenerato** da un addensante chimico **può tornare perfettamente calcestruzzo originario.**

Questo è il tipo esempio di economia circolare infinito.