



FEDERAZIONE GOMMA PLASTICA

Unionplast

# IL CASO UNIONPLAST

## • IL CASO UNIONPLAST •

*Aumentare la sostenibilità di uno straordinario materiale, riducendone i rischi e valorizzandone le opportunità.*

Tra le tante sfide che l'umanità si trova a fronteggiare in questo complicato periodo storico, la sostenibilità ambientale resta a tutti gli effetti la più rilevante. Anche perché, a ben vedere, a essa possono essere ricondotti la maggior parte dei problemi di cui quotidianamente discutiamo. Pandemie, migrazioni, fame, siccità, global warming, eventi atmosferici estremi sono in buona misura causati da una cattiva gestione del rapporto tra il nostro modello di sviluppo e l'ambiente che ci circonda.

Gli ecosistemi, infatti, oltre a sostenere la vita sul nostro pianeta, sono alla base della nostra economia e più in generale del nostro benessere. La continua distruzione dell'habitat naturale a opera dell'uomo rompe gli equilibri ecologici e genera situazioni irreversibili.

Il tempo a disposizione per correre ai ripari è sempre più limitato.

In questo contesto critico si inserisce la questione relativa alla gestione dei prodotti in plastica, in particolare per quanto riguarda la loro

funzione d'uso e il loro smaltimento che spesso, soprattutto quando non gestito in modo corretto, può causare contaminazioni nell'ambiente terrestre e marino.

La direttiva 904/2019 riporta: *“la multifunzionalità e il costo relativamente basso della plastica ne fanno un materiale onnipresente nella vita quotidiana. Anche se la plastica svolge un ruolo utile nell'economia e trova applicazioni essenziali in molti settori, il suo uso sempre più diffuso in applicazioni di breve durata, di cui non è previsto il riutilizzo né un riciclaggio efficiente, si traduce in modelli di produzione e consumo sempre più inefficienti e lineari”*<sup>1</sup>.

Al di là delle dichiarazioni politiche e degli slogan riportati dai media, è chiaro che se da un lato è del tutto irrealistico immaginare un drastico addio ai materiali plastici (l'esperienza Covid-19 ne è stata un'ulteriore conferma), dall'altra parte

<sup>1</sup> DIRETTIVA [UE] 2019/904 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 5 giugno 2019 sulla riduzione dell'incidenza di determinati prodotti di plastica sull'ambiente [Testo rilevante ai fini del SEE].

è utile e opportuno definire cosa si intende per “gestione sostenibile della plastica” e agire urgentemente per applicare il concetto ai processi e ai prodotti che oggi potrebbero essere coinvolti in una logica di sostenibilità.

È un dato di fatto che più plastica viene utilizzata [da decenni se ne produce e utilizza quantità sempre maggiori], più ne arriva in natura, in forma diretta o indiretta. Il problema evidente e grave dei materiali plastici riversati nell'ambiente non è solo la conseguenza di un loro eventuale utilizzo pervasivo [in alcuni casi anche eccessivo], ma dipende da vari altri fattori, in parte riconducibili alle amministrazioni comunali [che spesso sono carenti in merito alle indicazioni sul corretto smaltimento dei rifiuti, nello specifico quelli di imballaggio], alle dinamiche di mercato [non sempre c'è domanda per i rifiuti raccolti, e quindi non è facile valorizzarli attraverso il riciclo e la creazione di nuove materie prime e/o nuovi manufatti]; e anche alle [cattive] abitudini dei cittadini che troppo spesso non prestano attenzione alla fase di conferimento dei rifiuti nella raccolta differenziata anche nei casi in cui è stata appositamente organiz-

zata o comunque in generale a comportamenti più virtuosi e rispettosi dell'ambiente.

In pratica, esiste un sistema complessivo che non riesce ad attivare in modo sufficientemente efficace i principi dell'economia circolare. Questo, sia per mancanza di un orientamento ben preciso di alcuni attori importanti della filiera [per esempio le Istituzioni in Italia non hanno ancora intrapreso iniziative decise per rilanciare e promuovere impianti per dar nuova vita ai rifiuti di imballaggio raccolti o per favorire prodotti con plastica riciclata] che per i comportamenti poco responsabili di altri [consumatori compresi].

In questo panorama si inserisce la sfida del Premio Marketing giunto alla sua 33<sup>a</sup> Edizione.

## LA SFIDA 2021

### La necessità attuale

Fino ad oggi le plastiche hanno portato un grande valore aggiunto al nostro quotidiano, al nostro progresso, al nostro benessere e, paradossalmente, all'ambiente. Oggi rischiano di non godere più di una buona reputazione. La percezione che sempre più emerge sulla plastica è quella di un materiale dai molti aspetti negativi. Tale percezione danneggia l'industria e, in molti casi, non aiuta l'ambiente. La dimensione negativa tende a prevalere sui tanti benefici che la plastica presenta [soprattutto in alcuni mercati]. Anche perché, talvolta, l'alternativa alla plastica è rappresentata da altri materiali che presentano un ciclo produttivo e di smaltimento anche meno sostenibile.

### Gli obiettivi da raggiungere

Immedesimandovi in un'azienda produttrice di beni di largo consumo [generi alimentari e prodotti per la cura della persona e della casa], trovate le modalità migliori per conseguire i seguenti obiettivi:

1. valorizzare nel modo migliore la confezione in plastica del prodotto [packaging] scelto, anche dopo lo svolgimento della sua funzione primaria;
2. trovare la modalità più efficace per far sì che il consumatore finale sia consapevole, nel momento della gestione del fine vita del packaging, del corretto smaltimento o riciclo dello stesso ed incentivarlo in tale azione;
3. favorire un comportamento più sostenibile riguardo l'uso del packaging in plastica innanzitutto da parte del consumatore finale, ma eventualmente anche da parte di altri attori coinvolti nella filiera produttiva-distributiva.

Nel dettaglio, ogni team dovrà elaborare un piano di marketing che descriva gli aspetti strategici ed operativi necessari per raggiungere gli obiettivi sopra descritti; nello specifico, il piano dovrà:

- a)** Analizzare l'offerta del mercato da parte di aziende alimentari per quanto concerne le più recenti innovazioni in ambito di riciclo e riutilizzo del packaging in plastica, anche alla luce della più recente normativa.
- b)** Analizzare la domanda a cui si rivolge attualmente il prodotto-packaging da voi scelto.
- c)** Identificare uno o più segmenti target (tra quelli già serviti dall'azienda da voi individuata e/o potenzialmente nuovi) cui rivolgere la nuova proposta di packaging.
- d)** Definire una proposta operativa ed originale del packaging (senza prevedere modifiche di prodotto), un piano di comunicazione e delle azioni di collaborazione e co-marketing con gli intermediari commerciali (in primo luogo la grande distribuzione).

Il piano dovrà svilupparsi lungo un arco temporale di 24 mesi e dovrà complessivamente impiegare un budget di 1 milione di euro (il budget si riferisce alle sole spese di marketing e quindi non deve considerare i costi connessi alla progettazione e produzione del nuovo packaging).

## • MATERIE PLASTICHE E LORO CARATTERISTICHE •

Le materie plastiche sono materiali organici a elevato peso molecolare, cioè costituite da molecole con una catena molto lunga (macromolecole), che determinano in modo essenziale il quadro specifico delle caratteristiche dei materiali stessi.<sup>2</sup>

La IUPAC (Unione internazionale di chimica pura e applicata) nel definire le materie plastiche come “materiali polimerici che possono contenere altre sostanze finalizzate a migliorarne le proprietà o ridurre i costi”, raccomanda l'utilizzo del termine polimeri al posto di quello generico di plastiche.<sup>3</sup> I polimeri più diffusi nel mondo dell'imballaggio sono quelli elencati e descritti di seguito con codifica da 1 a 6.

Le codifiche utilizzate (stabilite come standard internazionale SPI – Society of Plastic Industry) sono quelle utilizzate per l'individuazione del materiale proprio ai fini del riciclo.

Il codice 7 è riferito genericamente a tutti gli altri tipi di plastiche.



.....  
<sup>2</sup> Hansjürgen Saechtling, Manuale delle materie plastiche, 9ª ed., Tecniche Nuove, 2006.

<sup>3</sup> Terminology for biorelated polymers and applications [IUPAC Recommendations 2012], in Pure and Applied Chemistry, vol. 84, n. 2, 2012.

**Tabella 1 | COREPLA, School Contest - La famiglia delle materie plastiche, 2019**

CODIFICA	NOME	CARATTERISTICHE	PRINCIPALI APPLICAZIONI
	<b>POLIETILENE TEREFTALATO</b> [PETE O PET - COD. RICICLO: 1]	Resina termoplastica facente parte della famiglia dei poliesteri. Per le sue caratteristiche di trasparenza, resistenza e barriera ai gas è molto adatta alla produzione di bottiglie per bevande gassate e vaschette.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bottiglie</li> <li>• Film</li> <li>• Tubi</li> <li>• Vaschette e Blister</li> <li>• Contenitori ed Imballaggi</li> <li>• Etichette</li> </ul>
	<b>POLIETILENE AD ALTA DENSITÀ</b> [HDPE - COD. RICICLO: 2]	Resina termoplastica ottenuta dalla polimerizzazione dell'etilene. Il polietilene è caratterizzato da una maggiore resistenza e rigidità il che lo rende particolarmente adatto alla produzione di barattoli e contenitori rigidi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flaconi di detersivi o alimenti</li> <li>• Giocattoli</li> <li>• Tappi in plastica</li> <li>• Tubi di acqua e gas naturale</li> </ul>
	<b>CLORURO DI POLIVINILE</b> [PVC - COD. RICICLO: 3]	Conosciuto anche come polivinilcloruro, è un polimero ottenuto dalla polimerizzazione del cloruro di vinile e fa parte delle termoplastiche.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tubi per edilizia</li> <li>• Serramenti</li> <li>• Pavimenti vinilici</li> <li>• Pellicola rigida e plastica per imballi</li> <li>• Dischi fonografici</li> </ul>
	<b>POLIETILENE A BASSA DENSITÀ</b> [LDPE - COD. RICICLO: 4]	Termoplastica ricavata dalla polimerizzazione dell'etilene tipicamente leggera, duttile e flessibile.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Film</li> <li>• Pellicole</li> <li>• Sacchetti e buste</li> </ul>
	<b>POLIPROPILENE</b> [PP - COD. RICICLO: 5]	Materia termoplastica che trova le sue più vaste applicazioni nella forma isotattica. Moltissimi oggetti di uso comune sono di polipropilene.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Articoli casalinghi</li> <li>• Giocattoli</li> <li>• Barattoli</li> <li>• Flaconi</li> <li>• Film per imballaggio automatico</li> </ul>
	<b>POLISTIRENE O POLISTIROLO</b> [PS - COD. RICICLO: 6]	Il polistirene (PS), o polistirolo, è un polimero termoplastico dello stirene. Il polistirolo espanso (EPS) si ottiene immergendo il granulo di polistirolo in acqua e aggiungendo pentano.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stoviglie monouso [PS]</li> <li>• Imballaggi [PS]</li> <li>• Isolanti [EPS]</li> <li>• Manufatti fonoassorbenti per edilizia [EPS]</li> </ul>
	<b>ALTRE PLASTICHE</b> [COD. RICICLO: 7]	Rientrano in questa categoria tutti gli altri polimeri senza codice specifico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vaschetta con strato esterno PET ed uno interno PE-LD</li> </ul>

## • PACKAGING •

Si definisce packaging “*il prodotto, composto di materiali di qualsiasi natura, adibito a contenere determinate merci, dalle materie prime ai prodotti finiti, a proteggerle, a consentire la loro manipolazione e la loro consegna dal produttore al consumatore o all’utente, ad assicurare la loro presentazione, nonché gli articoli a perdere usati allo stesso scopo*”.

### **Gli imballaggi si distinguono in:**

**PRIMARI:** concepiti in modo da costituire, nel punto di vendita, un’unità di vendita per l’utente finale o per il consumatore. Sono caratterizzati da soluzioni monocomponente [la semplice scatola] o multicomponente [per esempio bottiglia di vino con tappo ed etichetta].

**SECONDARI:** concepiti in modo da costituire, nel punto di vendita, il raggruppamento di un certo numero di unità di vendita, indipendentemente dal fatto che sia venduto come tale all’utente finale o al consumatore, o che serva soltanto a facilitare il rifornimento degli scaffali nel punto di vendita. Può essere rimosso dal prodotto senza alterarne le caratteristiche.

**TERZIARI:** concepiti in modo da facilitare la manipolazione ed il trasporto di un certo numero di unità di vendita oppure di imballaggi multipli per evitare la loro manipolazione ed i danni connessi al trasporto, esclusi i container per i trasporti stradali, ferroviari, marittimi e aerei.

## • IL PACKAGING NELLA FILIERA ALIMENTARE •

Il settore del food [compresi i condimenti], utilizza una gran varietà di imballaggi, senza i quali sarebbe impossibile garantire il trasporto e preservare la qualità dei prodotti. Basti pensare che in paesi meno sviluppati, dove si utilizza meno packaging, la percentuale di alimenti soggetti a deterioramento prima di raggiungere il consumatore finale può arrivare al 50%, il che significa cibi meno salubri se non addirittura dannosi per la salute. Il packaging è quindi fondamentale per la lotta allo spreco [food waste]: grazie agli imballi infatti, alcuni alimenti possono essere conservati più a lungo senza compromettere la qualità del contenuto.

E poi, il packaging rimane uno straordinario strumento di marketing, sia in termini di servizio al consumatore [semplicità e praticità nell'uso del prodotto] che di comunicazione. Grazie a etichette o altri tipi di informazioni riportate sullo stesso, le aziende possono comunicare al consumatore finale diverse informazioni che vanno dalla composizione del prodotto fino alla gestione del fine vita dell'imballo.

L'evidente maggiore utilizzo del packaging negli ultimi anni è dovuto a diversi fattori, variamente riconducibili ai nuovi stili di vita alimentari generati dalla destrutturazione dei pasti e dalla diversa struttura demografica della società. In particolare, si registra la costante crescita di:

- prodotti preconfezionati [come formaggi e salumi];
- prodotti ortofrutticoli freschi [prelavati e imbustati];
- alimenti in monoporzioni [tipico prodotto per i "single"];
- cibi che consentono risparmio dei tempi nell'acquisto e nella preparazione dei pasti [come piatti pronti e surgelati].

Per far sì che l'aumento del packaging non faccia aumentare ulteriormente il volume dei rifiuti creando impatti negativi sull'ambiente, si possono percorrere alcune strade tra cui:

- a) Studio e progettazione di packaging "sostenibili" che concilino la funzionalità nelle fasi di produzione, distribuzione, consumo e smaltimento.

- b)** Creazione di sistemi più efficaci di recupero, riciclo e riutilizzo degli imballaggi, magari anche avendo la capacità di creare “nuovi” mercati.
- c)** Educare i consumatori a un uso più responsabile del packaging, nel suo ciclo di uso-rifiuto-riciclo-riuso ed in particolare nella sua fase di fine vita.
- d)** Favorire il comportamento virtuoso degli intermediari in una logica di ottimizzazione dell'uso dei packaging in plastica in una logica di sostenibilità.

Negli ultimi anni si sta investendo molto sulla ricerca di materiali e nuovi design per realizzare le confezioni in modo che siano più sostenibili. Sono anche nate diverse startup che propongono soluzioni innovative, sfruttando materiali biodegradabili o addirittura commestibili. Tuttavia, è bene ricordarlo, le novità non sempre hanno un impatto ambientale migliore, specialmente se si valuta in modo scientifico le quantità utilizzate e tutto il loro ciclo di vita.

## • LA FEDERAZIONE GOMMA PLASTICA •

Costituita nel 2005 dalla aggregazione di Assogomma e Unionplast, la Federazione Gomma Plastica è una Organizzazione, senza fini di lucro, che rappresenta gli interessi delle Industrie della Gomma, Cavi Elettrici e delle Industrie Trasformatrici di Materie Plastiche ed Affini. Associa trasformatori di materie plastiche, gomma e cavi elettrici, ma anche selezionatori e riciclatori.

Attraverso le sue due componenti primarie, Assogomma ed Unionplast, la Federazione vanta oltre 70 anni di esperienza di attività quotidiana nella promozione e nella tutela dei settori rappresentati. Alla Federazione Gomma Plastica aderiscono diverse centinaia di Imprese del Settore che occupano circa 45.000 addetti, accomunate da un concreto impegno volto alla crescita in un'ottica di Sviluppo Sostenibile.

La Federazione si propone di soddisfare le esigenze delle Aziende associate fornendo loro consulenza, informazioni, pubblicazioni, organizzando eventi ed iniziative, sostenendo progetti strategici ed iniziative aventi come obiettivo la crescita del sistema industriale. Persegue la costante crescita del Settore verso il miglioramento continuo anche attraverso il monitoraggio e la partecipazione attiva alla realizzazione di processi di normazione, regolamentazione e di standardizzazione.

In particolare la Federazione Gomma Plastica vuole:

- accrescere la sua base associativa al fine di integrare il maggior numero di Imprese del Settore;
- offrire momenti formativi ed informativi ai suoi Associati;
- divulgare tutte le informazioni tecnico economiche utili per la gestione dell'Impresa, anche attraverso il web-site e le newsletter digitali;
- gestire gruppi di lavoro per affrontare le problematiche relative alla normazione nazionale ed europea;
- sviluppare una strategia sulla sostenibilità del Settore ;
- trattare con enti pubblici e privati per tutelare gli interessi dei propri Associati in materia di crescita e sviluppo tecnologici, ambientali e sociali;
- rappresentare il settore presso le Istituzioni e le Organizzazioni pubbliche nazionali ed europee.

A cura di  
*Carlo Alberto Pratesi*  
Coordinatore Scientifico 33<sup>a</sup> Edizione