

Vetro, sostenibilità senza incrinature

Assovetro ha fatto il punto al Cibus di Parma, in occasione dell'anno internazionale dedicato al vetro, un prodotto eclettico, igienico, riciclabile praticamente all'infinito.

di **Viviana Persiani**

 Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/ImballaggioVetro

Quale occasione migliore di **Cibus, il Salone dell'alimentazione di Parma**, per accendere i riflettori sul tema della sostenibilità del packaging? In particolare, i contenitori in vetro rappresentano una scelta "doc" per la sicurezza alimentare e per l'ambiente. Impermeabili, chimicamente inerti, igienici, versatili, totalmente riciclabili, sono uno "scigno" sicuro per gli alimenti che contengono e, soprattutto, sono in grado di preservare le sostanze nutritive dei cibi.

In occasione dell'anno internazionale del vetro, Assovetro, l'associazione che rappresenta il 100% dei produttori italiani di imballaggi in vetro, in collaborazione con l'Univer-

sità di Parma e Largo Consumo, ha colto l'occasione della manifestazione per organizzare il convegno dal titolo "La sfida sostenibile del sistema alimentare, il ruolo del packaging". Un focus sui contenitori per alimenti, che si è sviluppato come un valido e interessante confronto tra le diverse scelte e opportunità aziendali, finalizzate al sostegno di sistemi sostenibili.

È toccato a **Graziano Marcovecchio**, presidente di **Assovetro**, aprire l'appuntamento, sottolineando il valore del vetro nel suo ruolo storico, scientifico, tecnologico, economico, ambientale e anche artistico. Un materiale unico, dalla capacità isolante, chimicamente inerte e trasparente. «Grazie al percorso virtuoso della raccolta differenziata, non si perdono le caratteristiche organiche del vetro che viene reimpresso sul

“La raccolta differenziata ha dato risultati virtuosi, con alti livelli di recupero”

mercato con grandi vantaggi anche per l'ambiente», ha sottolineato Marcovecchio.

Marco Ravasi, presidente sezione **Vetro Cavo Assovetro** e ad di **Veralia**, azienda produttrice di contenitori di vetro per l'alimentare, ha affrontato il tema "Sostenibilità trasparente: contributo del vetro nella sfida ambientale". Partendo dal 100% della riciclabilità del materiale, oggi si riesce a riutilizzare il 78,6% di quello raccolto, grazie all'industria degli imballaggi di vetro che in 40 anni ha ridotto del 50% le emissioni di CO2. «Siamo sempre più ambiziosi e per raggiungere questi traguardi, – commenta Ravasi – abbiamo ridotto il peso medio dei contenitori di vetro. Quando si parla di sostenibilità, si include anche un discorso economico e sociale. Essendo la nostra azienda energivora, puntiamo all'efficienza per ridurre sempre di più le emissioni di CO2. Come? Promuovendo la raccolta differenziata e il riciclo dei rottami, alleggerendo le bottiglie e insegnando l'importanza di differenziare per colore».

Un'operazione che potrebbe dare risultati sempre migliori, ad esempio, separando la raccolta del vetro chiaro da quello scuro, aumentando la sostenibilità e incrementando, ottimizzandola, la raccolta del vetro nel Sud Italia. Sono sedici le aziende che producono bottiglie e vasi, suddivise in 39 stabilimenti dove operano 7.800 addetti che realizzano un fatturato di 2,4 miliardi di euro: l'Italia è il primo produttore in Europa di vetro con una produzione al valore pari al 21,3%. Gli italiani preferiscono contenitori in vetro quando si tratta di scegliere il vino (88%), gli alcolici (96%), la birra (84%), le bevande analcoliche (76%).

Riguardo "Il packaging secondo la prospettiva dello shopper" è intervenuto **Guido Cristini**, ordinario di marketing, **Università di Parma**, analizzando i condizionamenti del consumatore che, adulto e razionale, seleziona l'articolo in base al packaging, ormai elemento di differenziazione e componente fondamentale della marca.

La tavola rotonda, presentata e mediata dal direttore di **Largo Consumo**, **Armando Garosci**, dal titolo "I progetti in tema di sostenibilità nella filiera degli alimenti", ha permesso di scoprire le strategie di alcuni rappre-



sentanti dell'industria di marca della grande distribuzione organizzata. **Roberta Corrà**, Direttore Generale di **GIV Gruppo Italiano Vini**, racconta: «Abbiamo iniziato 6 anni fa attuando una politica orientata alla sostenibilità, rivedendo i formati e la consistenza dei contenitori. Noi siamo soliti usare quelli di 400-500 gr. È questa è la nostra risposta alla necessità di essere più sostenibili. Noi utilizziamo tutto vetro di riciclo, scelta che non ci ha costretto a cambiare i processi di produzione. Occorre evidenziare il valore, non solo economico, ma anche verso il consumatore, del cambiamento che abbiamo intrapreso, anche se, in generale, serve un cambio culturale e valoriale. Nel mondo dell'enologia si pensa ancora che il vino di pregio debba essere contenuto nelle bottiglie pesanti, ma non c'è una corrispondenza tra peso della bottiglia e qualità del vino». E alla provocazione di Garosci, rispetto all'opportunità più economica della plastica, Corrà ha risposto: «Tutti hanno pensato alla plastica per sostituire il vetro, ma la lotta contro questo materiale derivante dal petrolio va combattuta e non solo per opportunismo. Il vetro è un materiale sano e green. Ad esempio, negli Usa va di moda il vino in lattina, ma è un modo per svilire un prodotto. Consiglio di fare un salto mentale e culturale, soprattutto verso l'alleggerimento della bottiglia di vetro, con le conseguenti implicazioni sui costi del pack e anche sull'ambiente».

Tra gli ospiti, anche il Ceo di **Menz&Gasser**, **Matthias Gasser** che ha raccontato: «Operiamo e viviamo in un territorio che rispettiamo e che vogliamo salvaguardare. Per questo, i nostri investimenti si sono orientati verso il raggiungimento di un'autonomia energetica, attraverso la realizzazione di un impianto a biogas alimentato dalle acque reflue della nostra produzione, pannelli fotovoltaici e soprattutto di un impianto di trigenerazione, alimentato a biomassa per l'autoproduzione dell'energia che utilizziamo in azienda». In Menz&Gasser è attivo un esempio virtuoso di attività produttiva, delineando una realtà competitiva anche per i mercati stranieri. «Per le nostre confetture, con un'attenzione particolare al mondo dei rifiuti e degli scarti, scegliamo varie forme di packaging nell'ottica di miglior com-

binazione tra peculiarità di utilizzo e caratteristiche tecniche dello stesso. Per i formati medio/grandi ed a "richiusura", il vetro, ecologico, riciclabile e riutilizzabile. Per le monoporzioni, materiali plastici, dove stiamo investendo importanti risorse aziendali al fine di garantire a breve l'utilizzo di plastica riciclata e riciclabile».

Anche **Massimo Noviello**, Ad di **O-I Italy**, ha dato il suo contributo al convegno di Assovetro. L'azienda, multinazionale americana con stabilimenti in Italia e presente in oltre 20 Paesi esteri, crea bottiglie e contenitori in vetro per bevande. «Il tema della sostenibilità del vetro è interessante e sta coinvolgendo grandi gruppi aziendali orientandoli verso il medesimo approccio. Del resto, la sostenibilità è nel Dna della nostra industria. Non a caso, l'Italia è tra i Paesi al mondo meglio organizzati, garantendo il riutilizzo di circa 80% di vetro nei forni fusori. Anche la

“ Con un'incidenza dell'80% di riutilizzo, l'Italia è un Paese organizzatissimo ”

nostra azienda ha sposato la filosofia della sostenibilità a 360°, dal punto di vista del lavoro, ma anche economica, sociale e ambientale. Abbiamo creato un gruppo di lavoro dedicato ai temi della sostenibilità, volgendo una particolare attenzione al riciclo, alle persone e anche al risparmio energetico. In Italia, tutte le aziende dovrebbero organizzarsi creando una supervisione di competenze per ridurre gli sprechi e scongiurare una gestione sbagliata dell'utilizzo delle risorse». In un momento di difficoltà a causa delle ten-

sioni sulle materie prime e sull'energia, Noviello commenta: «Il nostro è un settore energivoro: per fare funzionare i forni utilizziamo gas naturale ed energia elettrica, ma da sempre prestiamo attenzione a non sprecare. Oggi, abbiamo allo studio soluzioni importanti. Il comparto Ricerca e Sviluppo sta elaborando idee innovative per l'azienda, alcune ancora in fase sperimentale (ad esempio forni più piccoli, collocati nelle aree di imbottigliamento per tagliare i costi dei trasporti), altre già in essere (ad esempio forni a ossigeno). Si stanno studiando, poi, soluzioni per utilizzare l'idrogeno come combustibile».

È risaputo che il costo del vetro è nettamente superiore a quello della plastica, incalza Garosci. «Ciò non significa che questo polimero possa essere un degno sostituto del vetro. Anzitutto, il vetro non sa di vetro e non compromette la salute dell'uomo: da questo punto di vista, è un materiale senza concorrenti. Lo abbiamo premiato anche come materiale nobile per contenere l'acqua e anche altre bevande. Il vetro non rilascia nulla nel contenuto. Ecco perché cercheremo di migliorare la nostra capacità di riciclare, enfatizzando i sistemi di raccolta di prossimità e quindi la vicinanza tra autorità locali, centri di riciclo, fabbriche del vetro ed imbottiglieri».

Francesco Avanzini, direttore generale **Conad**, evidenzia l'assenza dell'impulso normativo: «Si parla di raccolta differenziata per recuperare il pack, ma in Italia manca anche una logistica green».

Garosci ha chiesto ai partecipanti degli spunti per un miglioramento. Per Corrà, l'equilibrio di sostenibilità si riferisce anche a quello aziendale, sviluppando una cultura dei dipendenti per creare un virtuosismo generale. **Giorgio Santambrogio**, Ad **Gruppo Vegè**, punta sulla cultura dell'alimentazione, proponendo un convegno per attirare l'attenzione delle associazioni dilettantistiche sportive e combattere l'obesità. Quanto a Noviello, la ricetta è proporre un contratto di lavoro nazionale per gli uomini del settore vetro. Avanzini, invece, ha sottolineato l'importanza di una cultura agricola e Gasser una aziendale, diventando sostenibili già nello stesso luogo di lavoro. ■

I NUMERI DELL'INDUSTRIA ITALIANA DEL VETRO

Quota della produzione Ue	21,3%
Numero di aziende	14
Stabilimenti	39
Addetti	7.800
Fatturato annuo 2020	2,4 mld di euro
Var. % della raccolta differenziata (2020/2019)	+2,6%
Var. % riciclo	+3,6
Tasso di riciclo 2020	78,6

Fonte: Assovetro

Largo Consumo

© RIPRODUZIONE RISERVATA