

Eco-packaging? Why not?

scritto da Agnese Ceschi | 12 Marzo 2020



Una maggiore consapevolezza ambientale continua ad essere al centro dell'attenzione di molti consumatori e i brand del mondo beverage si stanno allineando poiché è in aumento la richiesta di marchi che condividano un approccio eticamente sostenibile.

Sia i produttori di bevande che i governi di tutto il mondo hanno lanciato **iniziative per aiutare a rispondere alle crescenti preoccupazioni ambientali**. Molti di loro stanno sempre più rivedendo i loro interi cicli produttivi in considerazione al loro impatto ambientale – tutto, dall'approvvigionamento degli ingredienti, ai processi produttivi, fino al packaging e alla logistica.

Addirittura in alcune nazioni scelte eticamente consapevoli sono favorite dal legislatore: ad esempio in Germania, le soluzioni di imballaggio riutilizzabile o ricaricabile sono incentivate dal Governo; la Scozia ha annunciato di voler introdurre un sistema che prevede la resa da parte dei consumatori delle bottiglie di vetro o confezioni in materiali riciclabili a fronte di un deposito reso al momento della

consegna della confezione vuota.

Il packaging è sicuramente un argomento da tenere in alta considerazione quando si parla di impatto ambientale del prodotto. Secondo **Thorsten Hartmann**, direttore dell'[IWSR](#): "L'eco-packaging è un argomento molto ampio, ma ci aspettiamo che nel prossimo futuro l'innovazione avanzi grazie anche ai produttori di bevande che continuano ad esplorare nuovi modi di ridurre il packaging e a cercare materiali riciclabili".

Quali sono le innovazioni in fatto di packaging che hanno un grande potenziale nel mondo del beverage? Sicuramente la ricerca di vetro sempre più leggero, la spedizione del prodotto in forma sfusa e l'imbottigliamento locale o evitando anelli multipack in plastica a favore di opzioni come anelli biodegradabili a base vegetale o multipack in cartone duplex (nel caso di bevande diverse dal vino). Alcuni esempi di questi sono già stati introdotti sul mercato.

Il mondo degli spiriti pare essere il più focalizzato da questo punto di vista e si sta adattando velocemente dandosi degli obiettivi molto ambiziosi nel breve periodo, come il gruppo [Diageo](#) (Johnnie Walker, Bailey's, Tanqueray, Guinness...) che si è impegnato a raggiungere nel 2020 una riduzione del peso totale degli imballaggi del 15%, un aumento del contenuto riciclato del 45% e la riciclabilità o riutilizzabilità del 100% degli imballaggi.

Un altro interessante argomento riguarda le **cannucce**, "responsabili" del più alto consumo di plastica monouso. Oggi la cannuccia di plastica un tempo onnipresente viene spesso sostituita con una equivalente di carta o biodegradabile, o con cannucce riutilizzabili prodotte in vari materiali, tra cui l'acciaio inossidabile.

E il mondo del vino? Secondo IWSR, sta facendo, ma non abbastanza.

Forse la più sorprendente delle recenti innovazioni in questo

settore è la **bottiglia di vino piatta** creata per i vini [Garçon](#). Realizzate in PET riciclabile, si dice che le bottiglie siano più efficienti dal punto di vista spaziale del 40% rispetto alle bottiglie rotonde e che siano più leggere dell'87% rispetto alle bottiglie di vetro. Per migliorare ulteriormente questi vantaggi, il marchio ha creato un contenitore da 10 bottiglie che afferma che riduce le emissioni di gas serra e i costi aziendali del 60%. Un pallet caricato con queste custodie potrebbe contenere 1.040 bottiglie, rispetto alle sole 456 bottiglie convenzionali. Sembra fantascienza, una bottiglia di plastica piatta, che può essere spedita a casa e può entrare nella cassetta delle lettere, eppure è stata realizzata.

Così come i brand continuano ad investire in soluzioni di packaging riciclabile o ridotto, allo stesso tempo è importante notare come le migliori iniziative a favore dell'ambiente sono quelle che comprendono l'intero ciclo di vita del prodotto, non solo una sua parte. C'è **bisogno in sostanza di infrastrutture predisposte per il riciclo in larga scala** una volta che il prodotto viene gettato dal consumatore.

Alcuni governi in giro per il mondo hanno messo in atto diversi programmi per incoraggiare il riciclo su larga scala, offrendo ad esempio incentivi monetari per sistemi di riconsegna o riutilizzo degli imballaggi nel ciclo produttivo. Quello che spesso manca però è una infrastruttura funzionante di riciclo che sia economicamente praticabile.

Dunque secondo l'IWSR introdurre un sistema di raccolta e riciclo del packaging sembra essere la chiave, ma in attesa che questo sistema possa essere pienamente fattibile ed efficace economicamente, **un primo grande passo è l'introduzione di un'innovazione "amica dell'ambiente"** nel sistema produttivo. E in questo i brand possono giocare un ruolo cruciale verso un sempre maggiore sistema di produzione e consumo eticamente sostenibile.