



## FILIERA ALIMENTARE, PACKAGING E SOSTENIBILITÀ: ECCO PERCHÉ SIAMO UN PAESE 'IN VIA DI SVILUPPO'

*COOP, Federalimentare, Slow Food, Legambiente e relatori internazionali riuniti da GIFLEX per discutere e delineare gli scenari futuri del food packaging e della sostenibilità alimentare*

Si è concluso con successo il XXX Congresso d'Autunno di GIFLEX – Gruppo Italiano Imballaggio Flessibile, svoltosi il 30 settembre e 1 ottobre presso l'Hotel Melià a Milano. In questa Special Edition 2015, il Congresso ha affrontato alcune tematiche chiave di EXPO con ospiti internazionali, tavole rotonde e talk show incentrati sui temi dello **spreco alimentare** e dello **sviluppo sostenibile**.

È stato un importante momento di riflessione per i produttori di packaging di GIFLEX e non solo: tra il pubblico e sul palco, infatti, sono stati invitati **rappresentanti delle istituzioni, dell'industria e della distribuzione, accademici e ricercatori** che hanno dato vita ad un confronto imparziale e che hanno fornito risposte concrete a domande tanto importanti quanto quotidiane: come sprecare meno cibo, produrre meno rifiuti e rendere le confezioni più sostenibili?

Ad aprire i lavori è stata la **Prof.ssa Claudia Sorlini**, presidente del Comitato Scientifico per EXPO del Comune di Milano, con il cui patrocinio si è svolta questa edizione del Congresso. La Prof.ssa ha sottolineato il **legame fondamentale tra packaging e food waste**: *"Il pack è fondamentale nelle filiere agricole e alimentari: in Egitto, per esempio, abbiamo riscontrato che si perde fino al 60% di frutta e verdura che vengono trasportati dai campi senza adeguati imballaggi"*.

Concetto ripreso anche da **Bernd Jablonowski**, Responsabile di Save Food: *"Nei Paesi in via di sviluppo serve più tecnologia di confezionamento: basti pensare che pesce, carne, frutta e verdura sono trasportati nella carta dei giornali"*.



Ma attenzione anche ad operare classiche distinzioni tra Paesi sviluppati e non: *"Se è vero che i Paesi in via di sviluppo hanno necessità di migliorare la food chain grazie al packaging, noi siamo Paesi in via di sviluppo sul fronte della sostenibilità"* ha affermato la **Prof.ssa Helén Williams** della Karlstad University. La ricercatrice svedese, forte di decine di pubblicazioni scientifiche sul tema, ha parlato di come il *packaging* sia fondamentale per minimizzare gli sprechi alimentari. Attraverso una maggiore **diffusione di packaging innovativi e di formati adeguati** ai consumi reali delle persone, le aziende del settore potrebbero contribuire in modo significativo alla lotta al *food waste*, visto che *"le persone in media comprano il 20% in più del cibo che riescono a consumare"*, ha precisato la Prof.ssa Williams.

Durante il Congresso un particolare accento è stato posto sul tema del **consumo domestico**, che rappresenta la fase della filiera dove si sprecano le maggiori quantità di cibo nei Paesi 'sviluppati'. Si butta moltissimo cibo anche



per via della **scadenza di consumo “consigliata” sulle confezioni**: per questo è cruciale tendere verso packaging “intelligenti”, capaci di ‘comunicare’ lo stato di freschezza e di conservazione dei prodotti.

Ma, come ha spiegato **Carmela Favarulo** di **COOP** (Settore Politiche Sociali Associazione Nazionale Cooperative Consumatori) è necessario uno sforzo anche a livello legislativo: *“Oggi lavoriamo su vari fronti per minimizzare il food waste. Campagne di sensibilizzazione nelle scuole, razionalizzazione degli approvvigionamenti, politiche promozionali responsabili che non inducano all’accumulo (come il classico 3x2), donazione delle eccedenze alle ONLUS, oggi 4000 tonnellate di cibo all’anno: se potessimo donare anche i prodotti che eccedono il termine minimo di conservazione, come già avviene in molti altri Paesi, creeremmo una filiera ancora più virtuosa.”*

*“La nostra filiera produttiva è virtuosa per natura, perché abbiamo interesse a non sprecare le materie prime che acquistiamo ma molti operatori dell’industria alimentare non sanno ancora come muoversi sul fronte delle donazioni delle eccedenze: serve un quadro normativo chiaro e maggiori informazioni”*, ha sottolineato **Massimiliano Boccardelli**, **Responsabile Politiche Industriali e di Filiera, Relazioni Parlamentari e Lobby Federalimentare**. *“Un sistema di legge che dovrebbe essere premiante e incentivante per le aziende che adottano politiche sostenibili con risvolti positivi per la collettività”* ha fatto eco **Rossella Muroi**, **Direttrice generale di Legambiente**.

Un messaggio corale che emerge dalla tavola rotonda e dagli interventi del congresso: lo sviluppo di un sistema alimentare sostenibile è un tema di estrema complessità, dove tutti gli stakeholder sono chiamati in causa per poter dare vita ad un’economia circolare, ad un ‘design sistemico’ della food chain che metta l’uomo al centro e diventi ad impatto zero.

*“Il packaging flessibile rappresenta un piccolo attore di questo sistema, ma abbiamo voluto creare questo momento di dialogo per dimostrare la nostra volontà di scendere in campo e impegnarci a lavorare in questo senso per il futuro”* ha spiegato il **Presidente di GIFLEX Michele Guala**.

Il packaging d’altronde rappresenta un punto di contatto cruciale tra il produttore e il consumatore, strumento di protezione fondamentale ma anche mezzo di comunicazione e informazione. Secondo quanto raccontato dal sociologo dei consumi **Prof. Mauro Ferraresi**, *“I consumatori spesso accusano il packaging di essere ridondante e lo vedono come un rifiuto. Occorre pensare ad un packaging orientato alla sobrietà, capace non solo di attirare l’attenzione ma di favorire la fidelizzazione attraverso i valori della trasparenza e della sostenibilità. Il consumatore vuole saperne sempre di più sulla storia del prodotto che acquista”*.

*“Ogni prodotto deve sapere raccontare una storia perché nel supermercato del futuro l’uomo è al centro e tutto è a portata del suo sguardo e della sua conoscenza”*, ha spiegato **Massimiliano Lazzari** (Direzione Operativa Commerciale Food - COOP).

La qualità totale del prodotto che oggi cerca il consumatore non può prescindere dal *packaging*, che oggi può garantire una fruibilità del cibo e livelli di servizio che consentano di rispondere alle nuove esigenze dei consumatori e limitare gli sprechi domestici. *“Oggi chiediamo ai produttori di packaging di aiutarci a prolungare la shelf life dei prodotti freschi, perché il consumatore medio fa la spesa non più di una volta alla settimana. Allo stesso modo il packaging e le nuove tecnologie di conservazione vanno spiegate, perché altrimenti il consumatore può essere portato a credere che il prodotto confezionato sia alterato nella sua naturalità, nel momento in cui si può conservare più a lungo di quanto siamo abituati a concepirlo”*, ha concluso Lazzari.





Dal contributo ai temi di EXPO all'impegno verso la sensibilizzazione delle nuove generazioni, lo sguardo di GIFLEX si proietta quindi verso il futuro e a due aree di impegno in particolare.

- **Lotta al food waste:** *"il cibo che viene buttato via ogni giorno a livello domestico, perché deperito e non consumato, inquina 5 volte di più della quantità di packaging che sarebbe stata necessaria per proteggerlo meglio e più a lungo"*, ha affermato **Alberto Palaveri**, responsabile del Comitato tecnico di GIFLEX.

- **Tutela dell'ambiente:** anche se i flessibili sono i packaging più leggeri e quindi a minor impatto ambientale, non bisogna dimenticare che ad oggi non sempre sono riciclabili. Per fortuna *"a livello europeo hanno preso vita iniziative che concretizzeranno la possibilità di una completa riciclabilità dei flessibili"*, ha concluso Alberto Palaveri. Il presidente di GIFLEX Michele Guala ha infine assegnato un riconoscimento speciale alle aziende sponsor del Congresso 2015, Dec Impianti e W&H Italia, nelle persone di Luciano Formigoni ed Enrico Vogogna.

Un altro premio a sorpresa è stato conferito da parte dell'azienda Rossini associata GIFLEX alle vincitrici del concorso IPACK, iniziativa rivolta alle scuole organizzata annualmente da Giflex per sensibilizzare le nuove generazioni attraverso l'ideazione e la presentazione di un 'packaging sostenibile' ideale.

**Giflex, Gruppo Imballaggio Flessibile**, è l'Associazione Italiana dei produttori di imballaggi flessibili, destinati al confezionamento di prodotti alimentari, farmaceutici, chimici e ad altre applicazioni industriali. Nato nel 1985, attualmente è composto da 35 aziende di trasformazione e 50 soci sostenitori che rappresentano il mondo dei fornitori di materie prime, macchinari per la lavorazione e servizi per le aziende. A livello europeo, Giflex è associato con la divisione FPE (Flexible Packaging Europe) di EAFA (European Aluminium Foil Association). Impegnato nella valorizzazione dell'imballaggio flessibile e consapevole del ruolo fondamentale del packaging nel settore food, Giflex è da tempo promotore di una riduzione dell'impatto ambientale dell'imballaggio e fautore di iniziative di sensibilizzazione su questa tematica in grado di coinvolgere tutti gli attori della filiera, dai produttori ai consumatori.