



ASSOGRAFICI

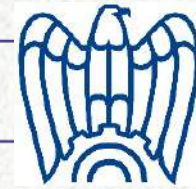
Le certificazioni di sostenibilità e il ruolo del pack

Pollenzo, 5 ottobre 2018

Fabio Panetta

Assografici

NUOVA ORGANIZZAZIONE



AS SOGRAFICI

FEDERAZIONE CARTA E GRAFICA (FONDATA NEL GIUGNO 2017)

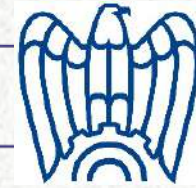
MEMBRI EFFETTIVI



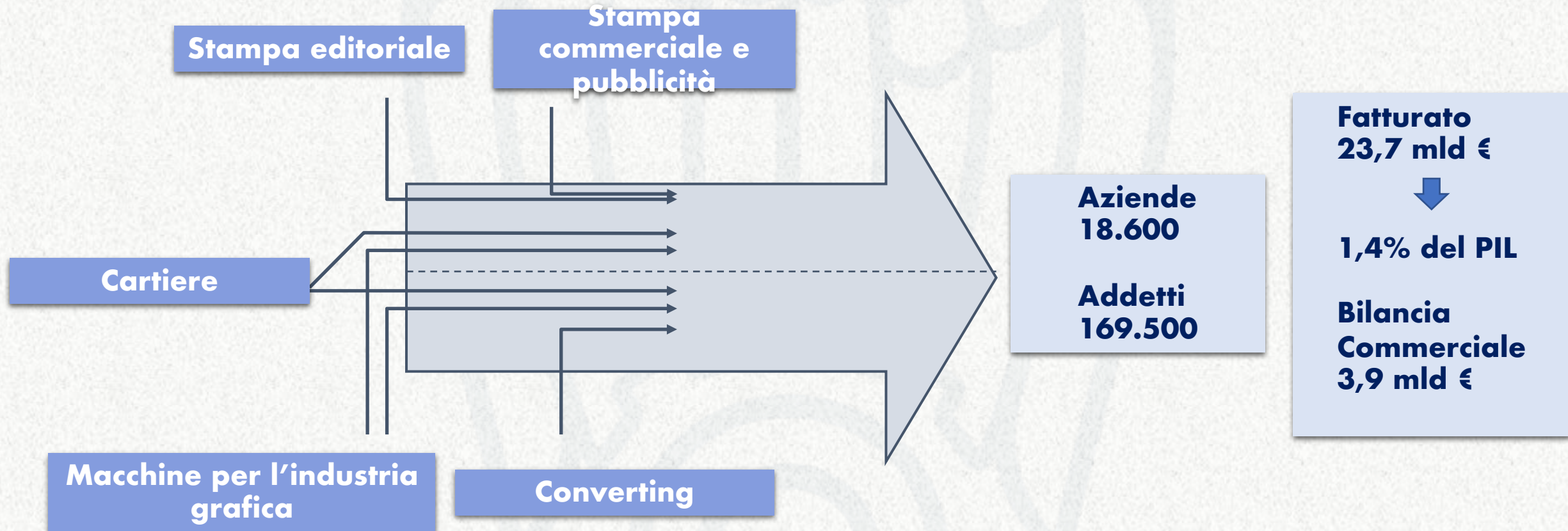
MEMBRI AGGREGATI



PRESIDIO DEGLI INTERESSI DI SETTORE: MASSA CRITICA



ASSOGRAFICI



STUDIO SULLA SOSTENIBILITÀ NEL PACKAGING



- Commissionato nel 2017 da Pro Carton (Associazione europea dei produttori di cartone e cartoncino)
- Intervista a 100 brand owner e retailer nei cinque mercati europei principali (Gran Bretagna, Italia (20), Germania, Francia, Spagna)
- **SCOPO: analizzare opinioni in merito alla sostenibilità del packaging in rapporto al business**

STUDIO SULLA SOSTENIBILITÀ NEL PACKAGING

Messaggi chiave:

- 1) 96% ritiene che l'utilizzo di un **packaging sostenibile** sia importante e/o fondamentale per il proprio business
- 2) 62% prevede nei prossimi 5 anni un aumento della **necessità di utilizzare packaging sostenibili**

PACKAGING SOSTENIBILE

Criteria principali per un packaging sostenibile (STRATEGIE PER LA SOSTENIBILITÀ):



Riciclabilità



Rinnovabilità

GiFCO

Riduzione peso/volume

RICICLABILITÀ

Obiettivi riciclo Pacchetto Economia Circolare (Direttiva EU su imballaggi e rifiuti di imballaggio del 30/05/2018):

- entro il 31 dicembre 2025: **75%** per la carta e il cartone
- entro il 31 dicembre 2030: **85 %** per la carta e il cartone

RICICLO E RECUPERO DEGLI IMBALLAGGI IN CARTA E CARTONE IN ITALIA



4,9 milioni di t
Imballaggi cellulosici immessi al consumo



10 t
di macero riciclate ogni minuto



79,8%
Riciclo imballaggi cellulosici



87,7%
Recupero imballaggi cellulosici



+2,1%
Produzione cartaria
Δ 2016/2017

Scarica il 2° Rapporto



Seguici su



WWW.COMIECO.ORG

RICICLABILITÀ

Nuovo Metodo di prova ATICELCA 501-2017 «Analisi del livello di riciclabilità di materiali e prodotti a prevalenza cellulosa»

- Revisionato nel 2017 dopo uno studio commissionato da Assografici, Assocarta, Aticelca e Comieco, e condotto dai laboratori Innovhub SSI – Area Carta, Cartoni e Paste per Carta e Lucense – Centro Qualità Carta
- Consente agli operatori della filiera carta (produttori, trasformatori e utilizzatori) di verificare il livello di riciclabilità di prodotti costituiti prevalentemente in carta (imballaggi, prodotti editoriali, etichette, ecc.) e comunicare al consumatore il livello raggiunto (scala di 4 classi dalla A+ alla C)



RINNOVABILITÀ

L'industria della filiera della carta è un perfetto esempio di applicazione delle teorie dell'economia circolare in quanto costituita da una risorsa naturale rinnovabile



Tutte e 31 aziende cartotecniche (Soci Effettivi GIFASP) possiedono una certificazione forestale (FSC, PEFC) che garantisce che la materia prima proviene da una filiera di approvvigionamento gestita in modo responsabile e sostenibile



RIDUZIONE PESO/VOLUME

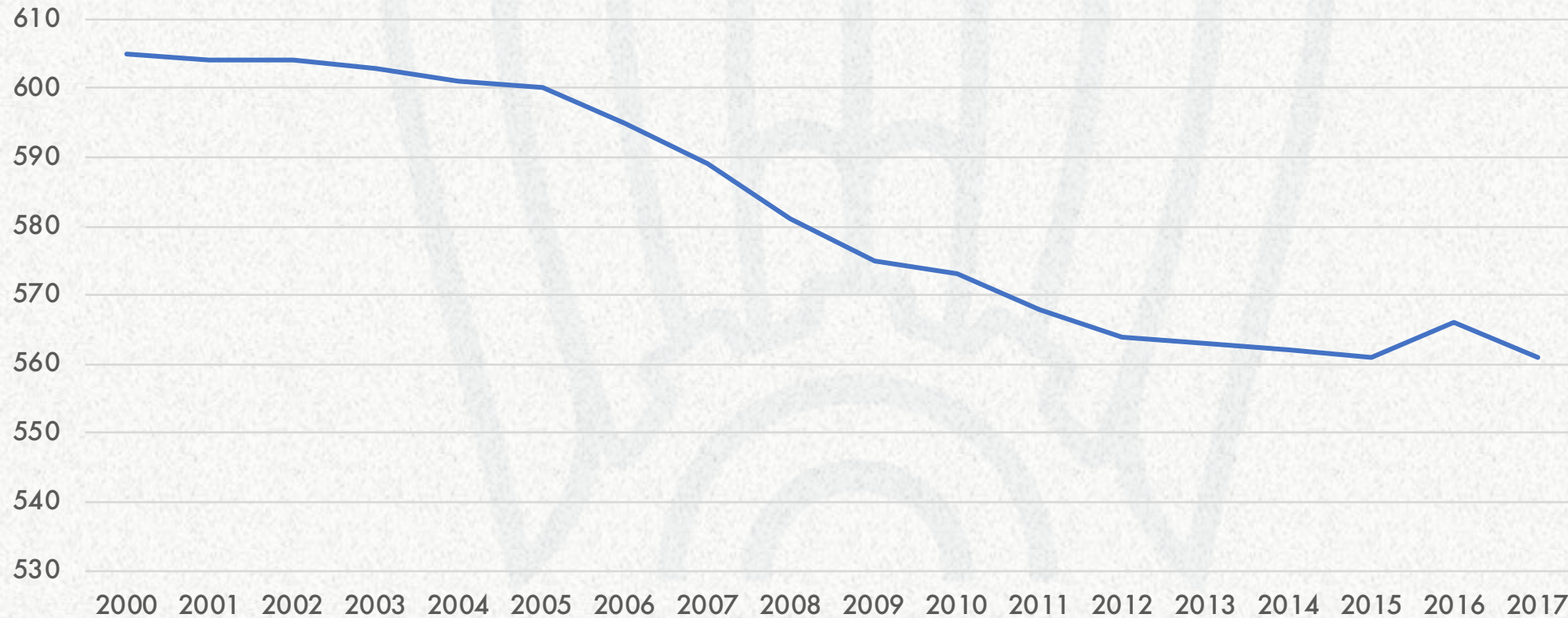
GIFCO
GRUPPO ITALIANO FABBRICANTI CARTONE ONDULATO

GRAMMATURA MEDIA gr/m²
561



2000

2017

605



RIDUZIONE PESO/VOLUME

GiFCO	2000	2017	TENDENZA
Produzione (tonnellate)	3.504.194	3.791.213	
Grammatura media (gr/m ²)	605	561	

Requisiti essenziali per la fabbricazione degli imballaggi: **UNI EN 13428:2005 – Imballaggi - Requisiti specifici per la fabbricazione e la composizione - Prevenzione per riduzione alla fonte**



Grazie a carte e macchinari più performanti è possibile realizzare una riduzione alla fonte garantendo le stesse performance tecniche all'imballaggio



**+ SOSTENIBILITA'
AMBIENTALE
(+ COMPETITIVITA')**

CRESCITA FUTURA

L'esigenza di packaging sostenibili aumenterà gradualmente nei prossimi anni e il propulsore chiave della crescita sarà LA MAGGIORE SENSIBILIZZAZIONE DEI CONSUMATORI AI TEMI AMBIENTALI

Studio europeo sulle percezioni del packaging da parte dei consumatori

(Indagine condotta da Coleman Parkes Research e commissionata da Pro Carton ha intervistato 7.000 consumatori in sette paesi tra cui 1.000 in Italia – settembre 2018)

96% consumatori italiani disposto a cambiare rivenditore per fare acquisti più sostenibili

58% ritiene che brand owner e retailer non fanno abbastanza per introdurre forme di packaging più sostenibili

81% disposto a pagare di più se la confezione del prodotto desiderato ha avuto un impatto minore sull'ambiente

94% favorevole alla presenza di maggiori info sulla confezione che indichino quanto è ecologica



ASSOGRAFICI

Grazie.