

no la progressiva riduzione degli imballi, puntando in particolare sulla concentrazione dei prodotti, che sembra finalmente essere stata compresa dai consumatori.

Se l'acqua è leggera

Un altro settore nel quale l'impegno per la riduzione degli imballi è evidente e diffuso è quello delle acque minerali, come più volte abbiamo avuto modo di raccontare sulle pagine di *GreenBusiness*. Tra i pionieri spicca **San Benedetto**, che già agli inizi degli anni '80 ha investito sull'innovazione tecnologica commercializzando, per prima in Italia, i contenitori in Pet. «Tutta la nostra attività industriale di sviluppo prodotto e processo si è orientata verso l'ecosostenibilità – chiarisce **Vincenzo Tundo, direttore marketing del Gruppo San Benedetto** – e negli ultimi 25 anni abbiamo condotto continuamente ricerche che ci hanno permesso di migliorare l'intero processo produttivo. Dal calcolo della produzione di gas serra derivante dal ciclo di vita dei nostri prodotti emerge inoltre che gli imballi sono responsabili del 50% delle emissioni totali. È quindi stato naturale, da parte nostra, dedicare a quest'aspetto un'attenzione particolare».

L'impegno dell'azienda è reso esplicito e immediatamente evidente dal logo in etichetta "meno plastica più natura", presente su tutti i prodotti, ai quali è stata applicata una progressiva riduzione di peso. Nel 2009 **San Benedetto** ha addirittura stipulato con il ministero dell'Ambiente un accordo volontario il cui

50%

QUOTA DELLE EMISSIONI DERIVANTE DAGLI IMBALLI NELL'LCA DELL'ACQUA

CHECKPOINT

L'etichetta è trasparente

Alle volte anche i piccoli particolari possono essere importanti. Le etichette antitaccheggio, per esempio, si possono proporre come parte integrante del packaging di un prodotto e possono essere al contempo prodotte garantendo un elevato risparmio energetico. È il caso delle etichette trasparenti Enhanced performance di Checkpoint, dette Ep Clear. Questi prodotti, realizzati utilizzando meno alluminio, carta e plastica rispetto ai prodotti standard, consentono un risparmio di materiali otto volte superiore al normale (per 50 milioni di etichette si risparmiano circa 3 tonnellate). Più piccole e sottili delle tradizionali, le Ep



Clear sono adatte a proteggere articoli di dimensioni ridotte. Inoltre, essendo trasparenti, possono essere posizionate in qualsiasi punto senza sminuire l'immagine del marchio, né interferire con il design della confezione o con la lettura del codice a barre.



obiettivo è garantire acqua minerale a "emissioni di carbonio compensate", costituendo così un modello virtuoso per tutto il settore. Il primo risultato dell'accordo, rinnovato nel 2011 con il ministro Corrado Clini, è Easy, una bottiglia prodotta compensando le emissioni dell'intero Lca, operazione evidenziata dal logo "Green print". «La produzione di anidride carbonica è stata neutralizzata grazie all'acquisto di crediti di carbonio di tipo Vers (Verified or voluntary emissions reductions), derivati, da giugno 2009 a dicembre 2011, dalla sostituzione di



combustibili fossili molto inquinanti con soluzioni a minore impatto in un impianto di produzione del cemento in Thailandia – spiega Tundo –. A partire da quest'anno, le emissioni saranno compensate da un progetto di prevenzione della produzione di metano derivata da sei miniere di carbone in Cina. Un grande successo, visti i risultati ottenuti nelle vendite, che dimostrano quanto il consumatore sia oggi sensibile alle tematiche ambientali. Easy è infatti ormai leader nel suo segmento (1 litro, ndr), con una quota del 51% ed è stata eletta prodotto dell'anno 2011 nella categoria acque».

Ma non è tutto: Easy è inoltre stata recentemente oggetto di un'altra importante eco-novità: si tratta del primo formato realizzato utilizzando il 30% di R-Pet (Pet rigenerato)

ECO-PACKAGING

COVER

proveniente dal riciclo del materiale delle bottiglie, reso possibile grazie all'entrata in vigore del decreto ministeriale 18-05-2010 n.113, che permette questo utilizzo, a precise condizioni.

«Fin dal principio abbiamo creduto molto nel Pet proprio per le sue potenzialità in termini di rigenerazione – prosegue Tundo –. Non è quindi per caso che stiamo puntando molto su alcune iniziative per incentivare il recupero delle bottiglie nei punti vendita. A questo scopo abbiamo siglato diverse partnership con supermercati Pam e ipermercati Panorama, ma anche in un parco divertimenti come Mirabilandia, installando macchine ecocompatte che premiano i clienti virtuosi con buoni sconto».

Una scelta vincente

Non si tratta, però, di un caso isolato. Le iniziative di sensibilizzazione si stanno fortunatamente moltiplicando in tutto il Paese. Sempre in quest'ambito si è per esempio mosso, in maniera del tutto indipendente, anche Unes, che ha installato una macchina ricicla Pet nel nuovo supermercato U2 di Asti, offrendo ai clienti un centesimo di euro di



Mario Gasbarrino
 amministratore delegato di Unes

sconto sulla spesa per ogni bottiglia inserita. «Noi siamo piccoli e indipendenti – spiega **Mario Gasbarrino, amministratore delegato di Unes** – e ci possiamo permettere anche iniziative specifiche che possono apparire provocatorie. In generale, comunque, la filosofia che ci guida è quella di introdurre innovazioni che offrono risultati sicuri e misurabili. Abbiamo per esempio eliminato i tubetti di dentifricio da 75 ml, vendendo solo su quelli da 100. Anche

se questo potrebbe ridurre le quantità di prodotto vendute, puntiamo ove possibile sulle confezioni singole, evitando l'imballo secondario che obbliga ad acquistarle in coppia, come spesso accade per il caffè o per le scatole di mais. Più in generale, se c'è un fornitore che ha una visione particolarmente ecocompatibile, questa diventa un fattore discriminante».

È successo con la private label acqua Presolana, nella quale è stato eliminato l'imballo secondario che teneva insieme le sei bottiglie da 1,5 litri, sostituendolo con un due semplici legature anulari, che consentono il trasporto. «Per un anno e mezzo abbiamo cercato insieme la soluzione giusta e alla fine l'abbiamo trovata – prosegue Gasbarrino –. Il 'premio' lo abbiamo ricevuto dai clienti, visto che le vendite di questo prodotto sono cresciute del 50 per cento. Un successo per noi, per il fornitore che ha scommesso su questo investimento e anche per l'ambiente. La nuova confezione ha infatti prodotto una riduzione del 14,8% della quantità di plastica necessaria per il confezionamento di ogni cluster, pari a 32 tonnellate su base annua rispetto a quella abitualmente utilizzata. A questo si aggiunge anche una riduzione del 91% dell'energia per la termoretrattatura della plastica per l'imballo delle confezioni tradizionali (oltre 6 tonnellate nei consumi di petrolio –Tep elettrici)».

Di pasta buona

Anche nell'ambito del food gli esempi interessanti non mancano. Tra i più recenti spicca il lancio di una nuova linea di pasta di alta qualità dell'azienda campana De Matteis agroalimentare, previsto proprio in questo mese di febbraio presso i primi punti vendita selezionati. «Forti di una crescita del fatturato del 30% nell'ultimo quinquennio – spiega

OLEIFICIO ZUCCHI

Le tappe di un processo virtuoso

Non più solo riciclo e smaltimento. Oggi il principale dictat delle aziende sensibili alle tematiche ambientali è la prevenzione. Consapevole di questo, Oleificio Zucchi sta portando avanti uno studio innovativo per razionalizzare la funzionalità del pack, la quantità di materiali e la gestione del fine vita. Il progetto, iniziato circa tre anni fa, ha previsto un primo investimento nella riduzione della grammatura del pack primario (nella progettazione del nuovo formato da due litri si è ottenuta una riduzione del Pet del 34%). Al risparmio di materia prima è tra l'altro corrisposta una proporzionale riduzione dei consumi di CO₂, energia e acqua. Per quanto riguarda l'imballo secondario, si utilizzano prevalentemente cartoni ondulati realizzati in carta riciclata. Oleificio Zucchi ha inoltre deciso di andare incontro alla crescente sensibilità dei consumatori con una comunicazione in etichetta, per la quale si sta valutando l'utilizzo di carta Fsc, su come smaltire la bottiglia dopo l'uso.