



A tu per tu con le aziende e con le GDO utilizzatrici di pack cellulosico

Sintesi dei risultati

BAVENO, Assemblea GIFCO
18 maggio 2013



DI COSA PARLIAMO

Obiettivi delle interviste

Contesto

Il punto di vista delle aziende

Il punto di vista della GDO

Aziende, GDO e Club Carta e Cartoni

OBIETTIVI

Questo lavoro è il frutto di una serie di interviste il cui obiettivo prioritario era quello di aprire un canale di comunicazione 'preferenziale' tra le aziende e le catene distributive intervistate e il Club Carta e Cartoni.

Infatti, non solo le aziende, ma anche la GDO gioca un ruolo chiave nella gestione ambientale degli imballaggi in considerazione della duplice funzione di distributore e utilizzatore.

A partire da quest'obiettivo, le interviste – accuratamente preparate – hanno dimostrato di essere utili anche per altri scopi, quali:

- Valutare la proattività delle aziende e delle catene distributive verso il tema della sostenibilità ambientale.
- Individuare nuove possibili tematiche in grado di alimentare il Club Carta e Cartoni.
- Sondare le aspettative nei confronti nel nuovo Club Carta e Cartoni.
- Valutare l'immagine percepita di Comieco da parte delle aziende e della GDO.

CONTESTO

Aziende	GDO
<p>20 intervistati tra Responsabili R&D packaging, Responsabili marketing, Responsabili Comunicazione di note aziende italiane utilizzatrici di imballaggi cellulosici.</p> <p>Interviste condotte nel periodo aprile - luglio 2012.</p>	<p>13 intervistati tra Responsabili Marketing, Responsabili Sostenibilità e Responsabili Acquisti materiali di 9 note catene distributive presenti sul territorio italiano, nonché utilizzatrici di imballaggi cellulosici per i prodotti a marchio d'insegna.</p> <p>Interviste condotte nel periodo ottobre - dicembre 2012.</p>

Le aziende sono state selezionate con gli unici criteri della rilevanza del brand e della disponibilità all'intervista.

Le considerazioni che seguono costituiscono una traccia interessante del pensiero degli "esperti" di grandi aziende.

Aziende e GDO

Il loro punto di vista

Aziende e GDO italiana: il doppio volto della sostenibilità

→ Aziende: la sostenibilità come vantaggio e come valore

- Vantaggio economico
- Vantaggio competitivo
- Vantaggio valoriale

→ GDO italiana: (per ora) un'occasione mancata

- potrebbe assumere un ruolo di leadership nella promozione di approcci innovativi alla sostenibilità.

All'estero la GDO è agente di cambiamento: i casi Walmart e Migros

2.

**Gli imballaggi celluloseici
nell'industria alimentare**

L'impiego degli imballaggi cellulosici

Nella maggior parte delle aziende alimentari, gli imballaggi cellulosici vengono utilizzati prevalentemente come pack secondario e/o terziario.

Meno come primario perché:

- Carta/cartone si inumidiscono, non sono adatti per contenere sostanze umide o liquide
- Salvaguardia delle proprietà organolettiche del prodotto
- Prolungamento della shelf life del prodotto (temperatura, conservazione)
- Protezione del prodotto (rigidezza e spessore)
- Sicurezza alimentare: possibile rischio di migrazione degli inchiostri stampati sul pack

➔ Principale aree di richiesta di innovazione

I *plus* e i *minus* degli imballaggi cellulosici

Plus	Minus
<ul style="list-style-type: none"> ✓Elemento della 'tradizione' che nobilita ed eleva la percezione qualitativa del prodotto (vs plastica). ✓Elemento immediatamente connesso all'idea di sostenibilità e riciclo (vs imballi accoppiati). •A parità di performance con altri materiali, l'imballo cellulosico viene preferito per: <ul style="list-style-type: none"> ✓Potenzialità di riciclo ✓Maggiore sostenibilità ambientale (vs imballi accoppiati e anche vs plastica) ✓Valorizzazione della qualità del prodotto ✓Valorizzazione estetica per pack terziario shelf ready. 	<ul style="list-style-type: none"> •Gap di performance rispetto agli altri materiali (specie la plastica) in termini di: <ul style="list-style-type: none"> ✓Barriera ✓Resistenza strutturale ✓Protezione •Il miglioramento della filiera del riciclo di materiali plastici (es. PET riciclato, plastiche biodegradabili) sembra poter diminuire il reale beneficio in termini di sostenibilità ambientale dell'utilizzo degli imballi cellulosici.

L'imballaggio cellulosico riciclato: 'mi piacerebbe, ma...'

Un ruolo nobilitante viene invece assegnato all'imballaggio cellulosico riciclato, seppur con una serie di limiti:

- Immagine nobilitante di una materia seconda altamente connotata in termini di sostenibilità.
- Diffusione di comportamenti 'ecologici' che riguardano la dimensione concreta del riciclo dei materiali.

Ma...

- Problema della migrazione degli oli minerali dal cartone riciclato al cibo.
- Costo molto alto: principale freno all'utilizzo.

La filiera produttiva degli imballaggi: buone performance, poca informazione, scarsa innovazione

- Dal punto di vista **qualitativo**, la filiera produttiva italiana di imballaggi cellulosici risulta allineata al resto dell'Europa: l'Italia si attesta tra i paesi maggiormente all'avanguardia nella **produzione di nuovi materiali** di imballaggio bio in grado di soddisfare le più diverse esigenze, ma spesso le ridotte dimensioni delle aziende produttrici e trasformatrici determinano bassi investimenti nella ricerca.
- Filiera della carta sembra **poco proattiva** nel dare informazioni sulle caratteristiche dei prodotti
 - ✓ No requisiti di purezza
 - ✓ Schede tecniche poco aggiornate
 - ✓ Schede tecniche difficilmente comparabili (vs altri materiali)
- Filiera della carta vissuta come **poco innovativa**
 - ✓ L'innovazione passa dal committente o dall'agenzia di pack

4.

Welcome innovations!

Alte aspettative

Le attese di innovazione da parte delle aziende negli imballaggi cellulosici si articolano su più fronti:

- Qualità dei materiali
- Leggerezza
- Resistenza
- Stampabilità

I fini ultimi delle innovazioni attese restano comunque:

- Risparmiare sui materiali (**sostenibilità economica**)
- Generare il minor impatto ambientale possibile

Le innovazioni attese/1

Liberando l'immaginazione

- Imballi monomateriale con stesse performance dei materiali accoppiati (funzione barriera, maggiore resistenza strutturale).
- Materiale a base carta riciclata (es. riciclati patinati come tetra pack, da riciclare in impianti dedicati) che garantisca i requisiti di sicurezza alimentare.
- Imballi ad alta resistenza e basso peso.
- Nobilitazione dei materiali di recupero.
- Imballi cellulosici con barriera in teflon sotto 5% (per umido).
- Imballi biodegradabili con costi accessibili

Le innovazioni attese/2

- Imballi riutilizzabili con funzioni diverse dal mero contenimento.
- Trasparenza dell'imballo in carta per garantire accessibilità visiva al prodotto.
- Materiali cellulosici in grado di rilasciare aromi (ok fattibilità tecnica, ma ancora costi altissimi).
- Filiera di carta riciclata esente dai problemi degli olii minerali dovuti agli inchiostri.
- Inchiostri 'ecologici' o a 'bassissima migrazione' per la stampa su carta (qualità degli inchiostri).
- Comparabilità e trasparenza nelle schede tecniche dei materiali (carta, cartone vs plastica, alluminio).

Il punto di vista della GDO

Una gradazione di approccio alla sostenibilità ambientale nella GDO italiana

Tra gli intervistati, esistono approcci sensibilmente diversi tra le varie insegne al tema della sostenibilità ambientale e alle conseguenti azioni sugli imballi:

- Insegne **fortemente caratterizzate** per l'attenzione e la comunicazione **sui temi di sostenibilità** (Coop, Auchan, Leroy Merlin) → i leader
- Insegne **da tempo attente ai temi ambientali**, ma con bassa "spinta" alla comunicazione sul punto vendita (EcorNaturaSi, Crai, Conad) → i follower
- Insegne **non focalizzate su temi di sostenibilità**, senza particolare caratterizzazione "sostenibile", se non per mirate operazioni di marketing (Selex, Sigma, Bennet) → i follower

Un impegno limitato

La maggior parte delle catene distributive (leader esclusi) muovono ancora **i primi passi** nel tentativo di attuare delle politiche strutturate di sostenibilità ambientale:

- Il massimo impegno che sono in grado di assumere è quello di ridurre al minimo il peso e il volume degli imballaggi, entro i limiti necessari a garantire qualità al prodotto e sicurezza al consumatore:
- La scelta di un determinato tipo di packaging risponde spesso **SOLO** a criteri di economicità.

➔ Spesso manca nella GDO un vero interlocutore/un referente dedicato alla sostenibilità su queste tematiche.

Gli impegni di chi si occupa di sostenibilità ambientale in chiave strategica

- Minimizzare l'impiego di imballi nel confezionamento dei prodotti a marchio d'insegna (pesi, dimensioni)
 - Minore quantità di materiale di confezionamento utilizzato per unità di consumo (senza cambiare la quantità di prodotto contenuto - es. Lampadine Leroy Merlin)
- Realizzare imballaggi monomateriale e/o privilegiare materiali riciclabili (carta, tetrapak vs vetro o plastica)
- Evitare materiali ritenuti ad impatto ambientale critico (vetro, banda stagnata o materiali complessi/accoppiati)
- Migliorare la movimentazione delle merci sul piano logistico
 - Riduzione materiale di confezionamento per unità di spedizione
- Massimizzare la saturazione dei pallet per il trasporto sia dal punto di vista dimensionale che di contenenza (n° unità di acquisto per unità di vendita) al fine di ottimizzare la logistica.

Le iniziative dei leader in termini di sostenibilità/1

	Coop	Leroy Merlin	Auchan
Azioni sui prodotti	<ul style="list-style-type: none"> • Prodotti Coop a base carta realizzati secondo standard di ecosostenibilità. • No prodotti fabbricati con legno proveniente da foreste primarie o da alberi a rischio di estinzione. 		<ul style="list-style-type: none"> • Introduzione del reparto "Self-discount":
Azioni sugli imballaggi	<p>Principio delle 3R:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ridurre la quantità degli imballi • Riutilizzare gli imballi • Riciclare i materiali 	<ul style="list-style-type: none"> • Progetto 'Packaging Zero' • Progetto 'Plastica Zero' 	<ul style="list-style-type: none"> • Restyling e riduzione dell'imballaggio secondario e terziario • Riduzione della varietà dei materiali utilizzati per la stessa confezione per facilitare la raccolta differenziata e il riciclo. • Utilizzo di materiali più leggeri (es. cartoncino da 400gr/m2 a 300gr/m2)

Le iniziative dei leader in termini di sostenibilità

	Coop	Leroy Merlin	Auchan
Azioni sui fornitori	Progetto Coop for Kyoto	<ul style="list-style-type: none"> • Workshop sull'eco-packaging per formalizzare le intenzioni strategiche di Leroy Merlin. • Linee Guida per la realizzazione di packaging sostenibile • Monitoraggio della <i>Carbon Foot Print</i> per misurare l'efficienza ambientale del trasporto. 	
Azioni sulla rete distributiva	<ul style="list-style-type: none"> • Riduzione del numero di imballaggi per la spedizione: minore impatto ambientale sui trasporti • Riciclo e valorizzazione dei rifiuti (carta e plastica) negli ipermercati 		<p>2011-2012: migliore gestione e raccolta dei rifiuti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Predisposizione di contenitori per raccolta differenziata di carta, vetro, pile esauste (50% dei p.v.). • Sviluppo di un sistema di smaltimento dei rifiuti organici prodotti dai punti vendita.
Azioni sui consumatori	<ul style="list-style-type: none"> • Portale www.coopambiente.it 	<ul style="list-style-type: none"> • Attiv. sensibilizzazione in store di Legambiente, PEFC e CNR. • Progetto Percorso Vita con Legambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • 'Guida alla corretta differenziazione dei rifiuti' in distribuzione nei p.v.

Private Label della GDO: un discorso a parte

- **Carta e Cartone** risultano essere tra i primi materiali utilizzati per i packaging dei prodotti a marchio d'insegna, anche se spesso si trovano a competere con **materiali plastici (PE, PET, PP)**, in molti casi più versatili ed economici.
- Come già verificato nel caso delle aziende, nei settori alimentari delle Private Label si tende ad utilizzare carta e cartone prevalentemente come pack secondario e/o terziario (vs primario) per ragioni legate alla natura stessa dei prodotti:
 - Carta/cartone poco adatti per contenere sostanze umide o liquide.
 - Salvaguardia delle proprietà organolettiche del prodotto.
 - Prolungamento della shelf life del prodotto (temperatura, conservazione).
 - Protezione del prodotto (spessore/rigidezza).
 - Sicurezza alimentare: rischio di migrazione degli inchiostri.

Le virtù dei pack cellulosici

- A parità di performance con altri materiali, l'imballo cellulosico viene preferito :
 - Come veicolo principale per comunicare l'impegno ecologico della catena distributiva (solo GDO leader) = Potenzialità di riciclo
 - Valorizzazione della qualità del prodotto (cartoncino = indice di qualità)
 - Valorizzazione estetica (in pochi casi)
- Per il consumatore che acquista i prodotti Private Label, un pack in carta/cartone rappresenta in molti casi un indicatore per valutare il livello di responsabilità e di consapevolezza della catena distributiva in merito all'impatto sull'ambiente.
- L'aspetto estetico dell'imballaggio rappresenta una delle associazioni più forti alla marca insegna e contribuisce alla brand equity
 - In questo senso, le carte riciclate (grigiastre o di minor appeal) vengono vissute con "minus"

In sintesi: sostenibilità appannaggio del produttore

Per la maggior parte degli intervistati, la scelta dei materiali e della tipologia dei pack dei prodotti a marchio d'insegna è condizionata dalla tecnologia offerta dal fornitore del prodotto:

- No richieste specifiche in termini di materiali.
 - No relazione tra i temi ecologici e la scelta del tipo di imballaggio.
 - No attese in termini di innovazione dei materiali.
- ➔ La competenza in termini di sostenibilità ambientale ed innovazione degli imballaggi (cellulosici e non) è completamente appannaggio dell'industria produttrice (ammesso che sia in grado di perseguirla).

Il Club Carta e Cartoni

IL CCC come strumento di proattività di Comieco

Comieco è considerato un interlocutore **autorevole** ed **efficiente** per riuscire a stabilire un reale confronto tra tutti gli attori coinvolti nella produzione ed utilizzo dei imballaggi cellulosici.

Per questa ragione, le richieste che essi rivolgono al **Club Carta e cartoni**, quale **positivo strumento di proattività di Comieco**, sono piuttosto elevate:



Le richieste al CCC/1

Aziende	GDO
<p>Filiera della 'qualità' garantita da Comieco per recupero/riciclo degli imballaggi cellulosici.</p>	<p>Avviare un reale tavolo di confronto sui temi della sostenibilità e del riciclo di materiale cellulosico tra catene distributive italiane, tra aziende e GDO, tra GDO e industria cartaria italiana.</p> <p>Capacità di "fare sistema" tra i vari attori della filiera produttiva del pack cellulosico, valorizzando possibili sinergie esistenti e condividendo un patrimonio comune di informazioni e relativi sviluppi tecnologici.</p>
<p>Standard univoco negli indicatori per la sostenibilità: (vs. molteplicità di indicatori: Life Cycle Assessment, Carbon footprint, analisi energetica, sistema EPD).</p>	<p>Messa a sistema di uno standard indipendente e autorevole per la valutazione della sostenibilità dei materiali degli imballaggi.</p>
	<p>Attività di lobbying per una legislazione che regolamenti ogni singolo aspetto del mondo degli imballaggi.</p> <p>Sensibilizzazione delle istituzioni e dei consumatori sui benefici della sostenibilità.</p>
<p>Guida nella ricerca di innovazioni sostenibili nel settore degli imballaggi.</p>	<p>Conoscere i vari approcci in termini di certificazione dell'impatto ambientale della carta.</p> <p>Stabilire dati di confronto certi in termini di sostenibilità tra i vari materiali, al fine di valutare più rapidamente e con maggiore certezza la scelta degli investimenti.</p>

Le richieste al CCC/2

Aziende	GDO
Legislazione comunitaria su carta e cartoni, specie per gli alimenti a contatto, in accordo con i Consorzi di filiera esteri.	Sopperire ad una mancanza di know how nella scelta del packaging: quali sono gli elementi che possono aiutare ad individuare la "qualità" di un fornitore?
Ricerca di innovazioni nell'ambito della sostenibilità degli imballaggi in carta e cartone. Know how relativo a come nobilitare i materiali di recupero, i maceri, le carte tecnologiche da macero.	Consulenza sui nuovi tipi di materiali cellulosici. Innovazione/sperimentazione dei coating utilizzabili su cartone riciclato con inchiostri a base idrocarburi.
Ricerche di scenario su: <ul style="list-style-type: none">• Come si sta muovendo il mercato (alimentare e non).• Tendenze del consumatore finale• Approccio dei paesi internazionali ai temi ambientali• Richieste dei retailers europei e/o mondiali (specie per aziende che operano a livello internazionale) in termini di sostenibilità del packaging.	Best practice e case history internazionali.
Certificazione di 'best packaging' (come nel caso Barilla) in termini di sostenibilità.	
Formazione su come operano le aziende di smaltimento (si crea la competenza necessaria per progettare ed ordinare un pack).	