OGGI A ECOMONDO FEDERAZIONE CARTA E GRAFICA CON LARGO CONSUMO: “GDO & GROCERY SUMMIT” AL PAPER DISTRICT

Rimini, 4 novembre - Si è svolto oggi, nell’ambito di Ecomondo 2026, presso il Paper District della Fiera di Rimini, il “GDO & Grocery Summit” - moderato da Armando Garosci, Direttore di Largo Consumo - l'appuntamento organizzato dalla Federazione Carta e Grafica, in collaborazione con Largo Consumo, dedicato alle prospettive di sviluppo e collaborazione tra industria del packaging e Grande Distribuzione Organizzata. Al centro del dibattito le nuove sinergie tra industria dell’imballaggio e distribuzione, tra innovazione, circolarità ed evoluzione normativa.

I lavori si sono aperti con un approfondimento sul quadro normativo a cura di Micol Bertoni, Responsabile Relazioni Istituzionali Italia e Europa di Assografici, che ha introdotto il tema degli sviluppi regolatori e delle sfide per il comparto.

La prima tavola rotonda, “Il futuro del packaging tra innovazione e sostenibilità”, ha affrontato il ruolo degli imballaggi a base cellulosica nel confezionamento alimentare, le innovazioni nei materiali e le opportunità di collaborazione tra industria e retail.

Gianluca Castellini CEO di Smurfit Westrock Italia, ha evidenziato il contributo dell'intelligenza artificiale nell'affrontare la complessità del nuovo scenario normativo: «Disponiamo di strumenti che integrano componenti AI, capaci di analizzare rapidamente le informazioni e proporre soluzioni. Siamo passati da mesi a settimane e da ore a minuti, in linea con il senso di urgenza dettato dal PPWR. L'importante, però, è non lasciare che sia l'intelligenza artificiale a decidere per noi». Fabio Fiorelli Senior Buyer di Esselunga ha richiamato l'attenzione sui nuovi obblighi introdotti dal PPWR per le aziende che, oltre a distribuire, operano anche come fabbricanti. «Per prodotti da forno, pasta fresca, pasticceria, carne e pesce svolgiamo anche attività produttive, a cui si aggiunge l'e-commerce. Il regolamento ci coinvolge quindi su più fronti e richiede un confronto costante lungo la filiera. Alcuni aspetti, come la definizione delle classi di riciclabilità, sono ancora in evoluzione e ci costringono a rimanere in attesa di indicazioni definitive».

Sull'accelerazione nell'impiego di materiali riciclati si è soffermato Maurizio Santi R&D Direct Personal Care Bolton Group, portando l'esempio del bagnoschiuma, per il quale l'azienda ha già raggiunto il 100% di materiale riciclato. «Stiamo lavorando per adeguare anche gli altri prodotti, dovendo però fare i conti con la reperibilità delle materie prime. Il riciclo chimico potrà contribuire a completare gli approvvigionamenti. Bisogna guardare non soltanto agli obiettivi a breve termine, ma anche al 2040, per evitare di dover intervenire più volte sulle stesse referenze. Per i polimeri da CO_2, invece, forse è ancora presto».

Dal punto di vista degli investimenti e dell'innovazione, Paolo Maggi Managing Director di Tetra Pak South Europe ha sottolineato il valore della presenza industriale in Italia, dove l'azienda ha investito fin dagli anni Sessanta e dove si trova, a Modena, il suo più grande centro di ricerca a livello mondiale. «La sostenibilità non riguarda soltanto il prodotto, ma l'intero processo e tutti i fattori ESG. Basti pensare ai tappi solidali alle confezioni: una soluzione apparentemente semplice ha richiesto 250 milioni di euro e tre anni e mezzo di sviluppo». Una complessità che, secondo Maggi, deriva anche dalla necessità di conciliare le esigenze della filiera agroalimentare con un quadro regolatorio in continua evoluzione.

Infine, Marco Simionato Marketing Manager di Pedon ha raccontato l'impegno dell'azienda, attiva a livello internazionale nel settore dei legumi, cereali e semi, nella ricerca di soluzioni di packaging innovative. La sfida è coniugare competitività, adeguamento normativo e sostenibilità, anche attraverso investimenti in ricerca e sviluppo. «Abbiamo iniziato a valorizzare gli scarti delle nostre materie prime, come le bucce di alcuni legumi, recuperandole e trasformandole attraverso specifici processi per ottenere un vero e proprio materiale cartaceo da utilizzare nel packaging».

Il confronto è proseguito con la seconda tavola rotonda, “Dal concept al fine ciclo: progettare il packaging E2E”, dedicata all'economia circolare dell'imballaggio, all'efficienza della filiera, all'ecodesign e alla riutilizzabilità.

Tra gli esempi di economia circolare illustrati nel corso dell'incontro, Katia Dalla Valle, ESG Reporting Manager di Aspiag Service – Despar Nord, ha presentato il progetto delle shopper in carta realizzate attraverso il recupero degli imballaggi utilizzati nei punti vendita che rappresentano un esempio concreto dell’impegno di Despar Nord per l'economia circolare. “Trasformare materiali di scarto in nuove risorse significa ridurre gli sprechi, valorizzare ciò che già esiste e integrare la sostenibilità nei processi quotidiani dell'azienda. Crediamo che la responsabilità ambientale debba tradursi in scelte concrete, capaci di generare valore senza diventare un costo aggiuntivo per il consumatore”.

Un modello di recupero e valorizzazione delle risorse è stato illustrato anche da Maurizio Gilles Poppa, ESG & Government Relations Supervisor di McDonald's, che ha posto l'attenzione sul recupero degli oli esausti di frittura, trasformati in biocarburante: “La trasformazione in diesel HVO rappresenta un esempio concreto di economia circolare applicata alla ristorazione. In questo modo, uno scarto generato nei nostri ristoranti alimenta i mezzi impegnati nella distribuzione, contribuendo a ridurre l'impatto ambientale della logistica”.

Sul tema delle soluzioni funzionali e sostenibili per la gestione dei rifiuti organici è intervenuto Carlo Lusi, Direttore Commerciale di Sumus Italia, presentando i sacchetti Sumus: «Con i sacchetti in carta realizzata da macero raccolto sul territorio vogliamo dimostrare che sostenibilità e funzionalità possono convivere. L'utilizzo di carta riciclata favorisce la biodigestione dell'organico, contribuendo a ridurne il peso e a migliorarne la gestione. E’ questo un modello concreto di economia circolare che valorizza il recupero delle materie prime e realizza una filiera corta interamente italiana».

La riflessione si è poi concentrata sulle nuove sfide normative e sulla necessità di conciliare circolarità e sicurezza alimentare. Per Alessandra Fazio, Head of Quality di Nestlé “il packaging deve essere considerato parte integrante del prodotto alimentare: non solo un elemento di protezione, ma un fattore determinante per garantirne qualità, integrità e sicurezza. La sfida posta dal regolamento PPWR è coniugare innovazione e sostenibilità con il rigoroso rispetto dei requisiti di sicurezza alimentare, sviluppando soluzioni che sappiano valorizzare l'economia circolare senza mai compromettere la tutela del consumatore”.

Anche Armando Mariano, R&D Material & Product Director & Head of Product Sustainability di Seda Group, ha evidenziato le opportunità offerte dal nuovo quadro normativo per il settore Ho.Re.Ca., soffermandosi in particolare sul potenziale della carta e sull'importanza dell'ecodesign: «Il PPWR rappresenta una sfida importante, ma anche un'opportunità per accelerare l'innovazione nel packaging destinato al settore Ho.Re.Ca. La carta, grazie alla sua rinnovabilità e all'elevata riciclabilità, può giocare un ruolo strategico in questa transizione. La vera sfida sarà sviluppare soluzioni di ecodesign che coniughino prestazioni, sicurezza e sostenibilità, tenendo conto anche dell'effettiva riciclabilità degli imballaggi a fine vita».

«La sostenibilità dell'imballaggio non può ridursi a un adempimento burocratico: deve tradursi in responsabilità concrete lungo tutta la filiera, anche sotto il profilo istituzionale e giuridico – ha affermato Massimo Medugno, Direttore generale di Federazione Carta e Grafica, nelle conclusioni - l'imballaggio garantisce sicurezza al consumatore, protegge i prodotti e contribuisce a combattere lo spreco. I materiali cambiano, l'innovazione evolve e dobbiamo essere capaci di accompagnare questi cambiamenti con standard tecnici adeguati e regole chiare. I risultati raggiunti, con tassi di riciclo della carta superiori all'85% dimostrano il valore del sistema. Occorre quindi valorizzare quanto costruito, evitando che la sostenibilità si trasformi in un eccesso di burocrazia».

Ufficio Stampa Federazione Carta Grafica:

Maria Moroni ufficiostampa@federazionecartagrafica.it - maria.moroni@assocarta.it

