

Imballaggi flessibili nuove sfide all'orizzonte

Quasi la metà dei beni di largo consumo in Europa, escluse le bevande, è confezionata con imballaggi flessibili ma i rincari dei costi energetici e delle materie prime, in combinazione con la loro disponibilità, mettono alla prova l'intero settore.

I prezzi dell'energia e delle materie prime erano già altissimi, ma hanno subito un'ulteriore impennata dopo l'inizio della guerra in Ucraina. Gli aumenti, uniti a problemi di disponibilità, hanno gravi impatti finanziari sulla catena di approvvigionamento degli imballaggi flessibili. Questa situazione riguarda tutti i principali substrati utilizzati per gli imballaggi flessibili, come plastica, carta e alluminio, ma anche adesivi, lacche e inchiostri. L'industria sta sperimentando il problema degli alti costi energetici direttamente nelle sue sedi operative adibite alla produzione di imballaggi flessibili e alla logistica. Anche se la quota dei costi di logistica è inferiore a quella di altri settori dell'imballaggio, grazie al basso rapporto tra contenuto e contenitore degli imballaggi flessibili e all'elevata efficienza dei trasporti (di solito su bobine), l'aumento assoluto è molto significativo. I resoconti delle associazioni di spedizionieri mostrano addirittura il rischio di riduzione delle capacità logistiche disponibili, poiché le aziende si vedranno costrette a interrompere le loro attività operative a causa del

livello dei prezzi del gasolio. "Le principali difficoltà per i nostri associati - ha dichiarato Guido Aufdemkamp, direttore esecutivo di Flexible Packaging Europe commentando la situazione - sono la forte incertezza

di gravi rincari ai loro clienti, dal momento che molti fornitori dell'industria cambiano le loro quotazioni persino dopo la conferma della consegna stabilita. La mancata accettazione di detti aumenti viene spesso penalizzata con la non consegna o la non disponibilità dell'ordine successivo. Rispetto all'industria dei suoi fornitori e a quella dei suoi clienti, il nostro settore si trova in una posizione di mezzo. Inoltre, i problemi di liquidità generano una preoccupazione crescente in particolare per le piccole e medie imprese. A questo si aggiungono le insufficienti linee di credito garantito, dovute ai prezzi elevati delle materie prime." Quasi la metà dei beni di largo consumo (Fast-Moving Consumer Goods, FMCG) in Europa, escluse le bevande, è confezionata con imballaggi flessibili. Gli esempi includono ogni genere di alimenti confezionati come il cibo per animali, i prodotti per l'igiene personale e la cura della casa, i prodotti medicali e farmaceutici, che si affidano tutti agli imballaggi flessibili. |



Giflex nel futuro degli imballaggi flessibili

Incontriamo Alberto Palaveri, presidente di Giflex...

"Avvolgiamo il futuro!" è il titolo del convegno Giflex, in calendario il prossimo 19 ottobre a Bologna.

> Quali sono i temi caldi che saranno dibattuti?

Caro energia, sostenibilità e profilo valoriale del packaging flessibile saranno al centro della nostra giornata. Operiamo in un presente incerto e non prevedibile, caratterizzato da crisi energetica, inflazione, insediamento di un nuovo governo e instabilità politica internazionale causa il perdurare del conflitto russo-ucraino. Per questo è fondamentale disegnare scenari. Si parlerà di misure a sostegno del mondo produttivo e modelli di efficienza energetica conseguenza di una crisi che sta mettendo a dura prova i conti delle nostre aziende, andando ad aggravare una situazione già minata dalla pandemia e dall'aumento dei costi di tutte le materie prime. Altro tema centrale, a noi molto caro, il Global Warming. Per essere credibili e competitivi vogliamo accrescere l'impegno per conoscere e far conoscere la logica LCA nell'analisi della sostenibilità dei pack flessibili. Presenteremo proprio a Bologna il nuovo comitato interdisciplinare di Giflex, "Gruppo LCA ed economia circolare" che sarà protagonista di una tavola rotonda insieme a esperti in materia di Lyfe Cycle Assessment. Non mancheranno momenti di confronto a livello istituzionale ed aggiornamenti legislativi a livello europeo in merito alla Packaging and Packaging Waste Directive e agli accordi di filiera interassociativi. L'industria da sola non ce la fa ad attraversare questa tempesta. Ha bisogno di interventi mirati, di nuovi modelli organizzativi e di un continuo confronto e ascolto con la politica.

> In ambito sostenibilità e circolarità, Giflex ha messo in campo un nuovo gruppo di lavoro. Quali saranno gli obiettivi di questo gruppo in questa direzione?

Dalla nostra abbiamo punti a favore: pesiamo poco e generiamo poca CO₂ nell'ambiente. Ma le sfide che il settore si trova ad affrontare sul tema della circolarità degli imballaggi flessibili sono molte e l'associazione da sola non basta. Solo lavorando insieme e investendo risorse aziendali nei gruppi organizzati da Giflex possiamo pensare di ottenere risultati via via crescenti. Per questo ho fortemente voluto dare vita al "Gruppo LCA ed economia circolare", un nuovo assetto organizzativo che avvicina gli esistenti Comitati Tecnico e Sostenibilità. Partendo da un approccio olistico, l'obiettivo è dare supporto alle aziende associate, impegnate nei progetti di sostenibilità, mettendo a disposizione l'analisi di modelli di LCA esistenti fino all'elaborazione di protocolli di valutazione, riconosciuti a livello internazionale, e di "misurare" attraverso indicatori specifici l'economia circolare dell'imballaggio flessibile nella complessità della sua filiera di fornitura.

> Un momento importante di approfondimento sarà la presentazione dei risultati della ricerca "La value story dell'imballaggio flessibile", a cura dell'Osservatorio Innovazione Packaging, Università di Bologna. Può anticipare qualche risultato?

Già dai primi insight della ricerca, il flessibile si conferma un packaging dall'elevata complessità valoriale e di tendenza per le sue qualità di sostenibilità, funzionalità, etica e digitalizzazione. Emergono, inoltre, elementi di innovazione visibili ed evidenti, riconducibili principalmente a semplicità ed essenzialità estrinseca, e in parte, da qualità ed elementi di innovazione nascoste sotto la superficie e "silenti", che rivelano invece tutta la complessità e intelligenza intrinseca dei nostri pack. A Bologna ascolteremo i risultati finali frutto di un complesso lavoro di ricerca e analisi su oltre 300 casi studio, 70 siti web specializzati e 145 letture tecnico-scientifiche.