

DALLA CARTA ALLA CARTA

VIAGGIO NELLA SOSTENIBILITÀ:
DALLA CELLULOSA AGLI IMBALLAGGI





Indice

Introduzione	p. 3
1. “Confesso che l’ho vissuto”. Diario di un CSRnative durante il Workshop generativo a cura di Fabrizia de Luca	p. 4
2. Un percorso a ritroso: dalla carta alla cellulosa a cura di Francesca Attolino	p. 8
3. Uscire dalla plastica si può? a cura di Maria Giovanna della Volpe	p. 11
4. Imballaggi e confezioni, cosa sta cambiando? a cura di Gianluca Ermili	p. 14
5. AAA cercasi sostituto al packaging di plastica	p. 19
Il Network	p. 26






Introduzione

Questo e-book nasce attorno a un nome e a una data, il 4 giugno 2019. Fu quel giorno che un gruppo di CSRnatives incontrò alcuni esponenti di una azienda cartaria tra le più importanti e note in Italia e nel mondo, Sofidel.

La modalità attraverso la quale quell'incontro è avvenuto è quella del "Workshop generativo". Immaginate un cerchio di persone, solo sedie, senza tavoli. Interventi veloci, senza soluzione di continuità, regolati da un facilitatore ma più spesso liberi e spontanei. Il risultato è un livello di approfondimento dei temi e, soprattutto, un vissuto più intimo di questi temi. Le idee, gli spunti, le proposte si rincorrono e affollano la lavagna a fogli mobili finché tutto si acquieta e alcuni concetti-chiave emergono luminosi, come per incanto. Così è nato questo e-book.





“Confesso che l’ho vissuto”. Diario di un CSRnative durante il workshop generativo


L'appuntamento del ritrovo è per la mattina presto, il tragitto da Milano a Porcari (Lucca) non è breve.

Siamo in cinque, quattro CSRnatives e Duilio, il nostro moderatore. Abbiamo tutti il viso assonnato che tradisce la recente sveglia, ma si percepisce palpabile l'agitazione per la nuova esperienza che ci vedrà coinvolti. Il viaggio scorre veloce tra ipotesi e supposizioni del vicino incontro con i rappresentanti di Sofidel, multinazionale italiana leader nel settore della carta per uso igienico e domestico (tissue), per i più, l'azienda dei noti Rotoloni Regina.

I CSRnatives sono stati invitati a dire la loro su un tema caldo: packaging e imballaggi in plastica, esperienze, impressioni e possibili soluzioni. Noi quattro non ci siamo fatti sfuggire questa occasione.

Arriviamo ai cancelli dell'azienda a metà mattinata: la struttura è imponente. Ci consegnano subito il badge, unico lasciapassare per accedere agli uffici, e all'ingresso ci accoglie Vincenzo, giovane CSR Assistant di Sofidel ed entusiasta membro del network CSRnative.

Vincenzo ci accompagna subito nella sala designata per l'incontro: è un'aula spaziosa, con un grosso tavolo a ferro di cavallo chiuso che la riempie su tutti i lati. Duilio, il moderatore, non è soddisfatto della disposizione: per facilitare l'interazione durante il workshop, sarebbe più opportuno sedersi in un cerchio più ristretto e informale. Ci ritroviamo seduti vicini, uno di fronte all'altro, in attesa




dell'inizio. Nel frattempo ci hanno raggiunto i referenti Sofidel, che accogliamo con le dovute presentazioni.

È tempo di iniziare. Duilio rompe subito il ghiaccio: qual è la nostra sensazione riguardo all'utilizzo della plastica? Proviamo più fastidio per la produzione di un oggetto in plastica, o per il packaging dello stesso materiale utilizzato come protezione? La risposta non è unanime: alcuni fanno notare che gli oggetti in plastica di uso comune potrebbero facilmente essere rimpiazzati da sostituti in materiali più rispettosi dell'ambiente; altri, invece, guardano all' "usa e getta" del packaging come a una pratica non più sostenibile, soprattutto quando parliamo di plastica. Penso alla mia quotidianità: disfare la spesa sul tavolo della cucina, le mille buste di plastica che si accumulano insieme agli imballi di frutta, verdura, uova, carne, pesce, salumi... sì, concordo con il gruppo "peggio il packaging". Questa era facile.

La discussione si complica quando il moderatore ci pone la stessa domanda, riferendosi questa volta a un prodotto specifico: sareste disposti a comprare carta igienica e rotoloni non sigillati? La mente torna alle abitudini di tutti i giorni: la carta tissue bianca candida raccolta dagli scaffali del supermercato, è davvero difficile immaginarsela non imballata, priva di protezioni che ne assicurino il candore e l'igiene. Qualcuno del gruppo parla di "contaminazione" del prodotto, che in qualche modo lo accomuna ai freschi comprati al banco frigo. Si unisce in questo caso l'elemento colore, valore aggiunto quando protagonista è la carta: comprendereste mai un rotolo sporco e nericcio?

Non è facile rinunciare alla comodità della plastica, soprattutto in questo caso. Comodità anche in relazione al trasporto: l'imballaggio assicura non solo la protezione, ma anche il raggruppamento di più unità in un singolo elemento,



permettendoci di trasportare con facilità più rotoloni (e di evitare ulteriori gite al supermercato).


Per quanto siamo pronti a rinunciare a comfort e convenienza in favore di abitudini rispettose, a più basso impatto sull'ambiente, ci rendiamo conto delle difficoltà di trovare un degno sostituto ai packaging oggi in uso. E questo vale per noi, che siamo giovani e ben disposti al cambiamento e alla promozione di nuovi stili di vita, diverso è per le generazioni che ci hanno preceduti. Alcune voci del gruppo ricordano come si tratti anche di una questione culturale, poiché la plastica per tanti è stata sinonimo di modernità e progresso, e perché, si sa, è più difficile cambiare abitudini col passare degli anni.

La discussione si chiude nel dubbio, o meglio, nella consapevolezza della difficoltà di trovare una soluzione. Ma il nostro incontro non è ancora finito. I rappresentanti di Sofidel ci stupiscono con un annuncio inaspettato: il lancio di una nuova linea di Rotoloni Regina, in vendita a partire dal mese di luglio, con pack in carta kraft – materiale di origine vegetale e quindi rinnovabile e facilmente riciclabile – e prodotti impiegando esclusivamente energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili.

Abbiamo la possibilità di toccarlo con mano: il packaging è molto elegante e ricorda in tutto e per tutto – persino nel tatto – quello in plastica. La contaminazione del prodotto sembra scongiurata poiché la carta utilizzata è impermeabile e resistente. Persino la trasparenza dell'imballo – elemento che a quanto pare condiziona l'acquisto di carta igienica – è quasi del tutto simile all'originale.

Tirando le somme, abbiamo finalmente trovato una buona alternativa?

Noi CSRnatives ci crediamo.



Usciamo da questo incontro soddisfatti e arricchiti: disponibilità, apertura mentale e ascolto sono le caratteristiche che più abbiamo apprezzato, a cui si aggiunge la soddisfazione per aver conosciuto una manifestazione concreta di sostenibilità all'interno di un'azienda davvero impegnata.

Fabrizia de Luca




Un percorso a ritroso: dalla carta alla cellulosa

Siamo a Porcari (Lucca) e abbiamo appena terminato il workshop generativo con i referenti Sofidel. Il nostro viaggio non può però concludersi senza una visita a uno stabilimento di produzione della carta, collocato proprio vicino agli uffici dell'azienda. Ci forniscono un caschetto, un giubbino fosforescente e delle cuffie. Siamo già entusiasti.

La nostra guida è pronta per iniziare il tour. Il gruppo si muove verso il primo capannone, un magazzino: all'interno sono accatastati grossi pacchi ben sigillati di cellulosa. Le quantità sono sconvolgenti: le balle, che assomigliano nell'aspetto a enormi plichi di carta, sono impilate una sull'altra e arrivano fino al soffitto. Ci spostiamo ai nastri di caricamento su cui vengono posizionati i pacchi di cellulosa per essere trasportati al piano superiore. Qui la cellulosa finisce in grossi recipienti (pulper) unendosi all'acqua in essi contenuta. La soluzione, affinata da lame rotanti, è una pasta umida e bianchissima. Ne prendiamo una piccola porzione tra le mani: la sensazione non è nuova, mi ricorda il residuo di un biglietto della metropolitana rimasto nella tasca dei jeans dopo un passaggio in lavatrice.

Seguiamo la pasta di cellulosa pompata lungo grossi tubi metallici fino alla macchina da carta. Qui il rumore si fa quasi assordante e diventa complicato seguire le parole della guida. Capiamo che la pasta, dopo essere stata diluita, viene sparata fra la tela e il feltro del macchinario. Il foglio formatosi viene poi asciugato e schiacciato da una pressa e ulteriormente asciugato per essere infine avvolto in un apposito palo a



formare la bobina madre. Dopo un controllo da parte degli addetti, la macchina accoppia più veli di carta a seconda delle future necessità, formando un enorme rotolone finale che viene poi tagliato in due e sigillato. Facciamo nella sala di controllo: sembra il quartier generale di una stazione segreta, con monitor in ogni angolo e addetti con occhi fissi sulle immagini.

Siamo incuriositi da questa enorme struttura davanti a noi: ci dicono che la macchina non si ferma mai, lavorando senza soluzione di continuità, 365 giorni l'anno. Da appassionati di sostenibilità, sappiamo che questo processo di produzione comporta un grande dispendio di materia, prima fra tutte, l'acqua. Scopriamo che l'azienda, pienamente cosciente del proprio impatto, è molto attenta alla corretta gestione di questa risorsa, monitorando costantemente i processi di produzione al fine di ottimizzarne l'utilizzo.

Ci spiegano che in Sofidel, lo stesso approvvigionamento della cellulosa, materia prima evidentemente indispensabile, è regolamentato da politiche severe: la cellulosa utilizzata proviene da fonti dotate di certificazioni internazionali di gestione responsabile delle risorse boschive e si privilegiano fornitori che rispettano i principali schemi di custodia forestale.

In questo stabilimento, il processo di lavorazione della carta finisce qui, con il trasporto delle bobine nel magazzino designato.

Dopo essere state etichettate in base al futuro impiego, esse vengono dislocate negli altri centri (stabilimenti di trasformazione o converting) per le lavorazioni successive necessarie a ottenere il prodotto finito che chiunque di noi utilizza a casa.

La nostra visita si conclude con una foto di rito: sorrisi





smaglianti sotto caschetti protettivi; sullo sfondo un enorme rotolone di ben 50 chilometri... il pensiero torna alla pubblicità del rotolone Regina che attraversa l'autostrada a tutta velocità.

Francesca Attolino





Uscire dalla plastica si può?

L'Italia è il maggior produttore di manufatti in plastica dell'area mediterranea (8 milioni di tonnellate nel 2017) e il secondo più grande produttore di rifiuti. Il nostro Paese, infatti, è responsabile del 2% della produzione globale di manufatti in plastica e genera quasi 4 milioni di tonnellate di rifiuti l'anno, di cui oltre l'80% proveniente dall'industria degli imballaggi; seguono il settore produttivo tessile, dei casalinghi, ricreativo e agricolo. Infine, seppur in percentuali più ridotte, sono responsabili della produzione di plastica (e dei rifiuti plastici) comparti produttivi quali quello dell'edilizia, delle costruzioni, dei trasporti ed elettrico/elettronico, dove la vita media della plastica è più lunga.

Da una tale fotografia del Paese, ben si comprende come l'industria italiana si ritrovi davanti a sfide tanto impegnative quanto prioritarie e necessarie per la riduzione della plastica a partire dalla fase di progettazione dei prodotti sino alla loro immissione sul mercato e smaltimento, passando per l'intero ciclo produttivo.

Fortunatamente, già diverse aziende nazionali hanno risposto alla chiamata di responsabilità che l'ambiente ha lanciato, percorrendo strade alternative nella direzione di un'economia della plastica circolare e sostenibile, andando anche oltre le disposizioni della Direttiva UE n. 2019/904 (cd. Direttiva sulla plastica monouso).

Nella grande distribuzione, nel food & beverage, nell'industria dei detergenti e casalinghi, sono stati compiuti passi avanti attraverso azioni e scelte importanti, come ad esempio:

- impiego di packaging di carta, di plastica riciclata o




bioplastica;

- adozione di materiali biodegradabili, riciclabili o riutilizzabili (es. polipropilene riciclato per uso alimentare, biopolimeri di origine vegetale);
- reintroduzione delle materie prime seconde nel ciclo produttivo;
- riduzione dello spessore del film plastico utilizzato in produzione;
- analisi dei sistemi di deposito su cauzione (cd. DRS, Deposit Refund System);
- introduzione di dispenser per prodotti sfusi (alimentari, detergenti);
- implementazione di sistemi di riciclaggio della plastica a ciclo chiuso con l'obiettivo di utilizzare i materiali dei prodotti fuori uso come materiali per la produzione di nuovi prodotti (i beni fuori uso diventano una risorsa anziché un rifiuto);
- implementazione di sistemi di certificazione del ciclo di vita di prodotti ecocompatibili (cd. LCA, Life Cycle Assessment).

Nella grande industria del tessile e dell'abbigliamento, invece, si inizia a produrre capi utilizzando materiali derivanti dal riciclo della plastica, nonché fibre tessili ecologiche a scapito di quelle destinate a rilasciare microplastiche ad ogni ciclo di lavaggio.

In molti casi, le azioni adottate portano a un risultato che si traduce non solo nella riduzione di tonnellate di plastica, ma anche in un risparmio in termini di emissioni di CO₂ e di utilizzo d'acqua.

In conclusione, l'industria sta raccogliendo le sfide che le si presentano davanti, trasformandole in vere e proprie opportunità per uscire dalla plastica attraverso azioni



orientate al miglioramento del riutilizzo e del riciclaggio della plastica, alla ricerca, allo sviluppo e all'innovazione verso soluzioni sostenibili e circolari, e infine alla raccolta e gestione dei rifiuti derivanti dalle materie plastiche.

Maria Giovanna della Volpe



Imballaggi e confezioni, cosa sta cambiando?


In questo momento storico non soltanto il pianeta si presenta in una situazione di non ritorno, ma anche la popolazione mondiale sembra aver raggiunto la consapevolezza secondo la quale il benessere debba tenere conto anche della protezione ambientale e sociale e della qualità della vita, in aggiunta agli aspetti economici.

In questa fase, il concetto di “benessere condiviso” diventa indispensabile perché rappresenta una diversificazione sulla quale basare la costruzione di un vantaggio competitivo per far parte del mercato.

Oggi l’imballaggio risulta essere molto radicato sia nel mondo della produzione industriale che nella vita quotidiana dei consumatori, ma spesso non sembra destare l’attenzione che invece merita.

Il settore del packaging può essere considerato globalmente in crescita: si è stimato infatti un tasso di crescita annuale del 4,5% nel quinquennio 2014-2018, con un valore del mercato globale che nel 2018 ha registrato un valore totale di 876 miliardi di dollari; basti pensare che un decennio prima, nel 2008, il valore totale del mercato era di circa 479 miliardi di dollari.

Oggi, nei Paesi sviluppati, i consumatori sono attenti al contenuto dei prodotti, ai loro effetti sulla sfera biologica e ambientale, al consumo di risorse connesso con la loro produzione, il loro uso e la fine della loro vita utile; contemporaneamente il packaging deve assicurare la protezione del prodotto stesso e il rispetto dei principi



ambientali. Ciò fa sì che da un lato anche gli imballaggi sperimentano la tendenza a ridurre l'entità delle risorse impiegate nella loro produzione, mentre dall'altro il loro ruolo nel sistema economico continua a crescere. L'imballaggio crea dunque valore aggiunto sia perché impedisce la dispersione o la degradazione dei prodotti, sia in quanto ne rende possibile l'organizzazione della produzione con modalità più efficienti. Soluzioni di imballaggio innovative riducono l'uso di materie prime, aiutando i fornitori e i clienti a raggiungere i loro obiettivi di sostenibilità.


Inoltre, la crescente domanda dei consumatori aumenterà la quota di mercato degli imballaggi sostenibili; numerosi sondaggi di settore mostrano una maggiore consapevolezza delle questioni ambientali (ad esempio, oltre l'80% dei consumatori europei e americani preferisce gli imballaggi in carta o comunque prodotti in modo sostenibile).

Sostenibilità non significa solo mitigare i cambiamenti climatici e ridurre le inefficienze, ma è fondamentale per il futuro, a dimostrazione di come oggi non possa esistere un business di successo e orientato nel lungo periodo senza tener conto degli aspetti legati alla sostenibilità.

Inoltre, con il miglioramento delle economie nei Paesi emergenti, il fisiologico aumento del consumismo incoraggerà ancor più la crescita in questo mercato.

Per quanto riguarda il packaging primario (quello più responsabile dell'inquinamento e dispersione nell'ambiente), troviamo la sua esplicitazione in tutte quelle confezioni e nei materiali che vengono a contatto diretto con il prodotto vero e proprio; può essere chiamato anche imballaggio di vendita, in quanto è quello con il quale il prodotto si presenta al consumatore (ad esempio, una lattina di bevande).

Attualmente buona parte degli imballaggi presenti sul



mercato mondiale sono il frutto di progettazioni utili per ottenere determinate prestazioni, rispettando allo stesso tempo delle norme sulla qualità, sulla quantità di materiali da impiegare e sui rifiuti generati. Per questi motivi, il problema dei materiali impiegati per la realizzazione degli imballaggi è considerato dall'estrazione delle materie prime, dalla loro trasformazione fino all'uso e allo smaltimento.

Si tratta dunque di un meccanismo che accelera l'innovazione mettendo in forte competizione i diversi materiali tra di loro, con la possibilità che un nuovo materiale sostituisca l'impiego di un altro esistente in un determinato campo applicativo (vedi cartoncino accoppiato nei confronti della bottiglia di vetro nel mercato del latte).

L'ambiente operativo commerciale si dimostra essere sempre più esigente; per questo motivo, vengono richiesti prodotti sostenibili e con migliori prestazioni ambientali.

Per molti anni, il packaging è stato al centro delle campagne politiche e dei consumatori per affrontare le questioni ambientali e l'azione normativo-politica ha risposto alla forte pressione dell'opinione pubblica che sosteneva la nocività per l'ambiente da parte degli imballaggi, in particolare a causa della produzione di rifiuti e dell'impatto sulla vita marina. Le pressioni sulla disponibilità di terreni per lo smaltimento dei rifiuti e l'aumento dei costi di gestione hanno, inoltre, portato all'adozione di regolamenti mirati alla riduzione, al riutilizzo e al recupero dei rifiuti da imballaggio.

Un nuovo approccio sta diventando sempre più evidente al livello globale nella politica governativa e nell'autoregolamentazione del settore. Le iniziative dell'ultimo decennio hanno promosso un "imballaggio sostenibile" piuttosto che la riduzione dei rifiuti, attraverso lo sviluppo di linee guida, standard e schede di valutazione.



Tutto ciò in risposta a un consumo di imballaggi che continua ad aumentare a causa di una serie di tendenze sociali, demografiche ed economiche; tra queste figurano l'aumento della popolazione e dei redditi, in particolare nei paesi in via di sviluppo, nonché le tendenze dello stile di vita, come l'aumento del consumo di cibi pronti e da asporto.


Le strategie di riduzione dei rifiuti adottate nei diversi paesi sono generalmente basate sulla gerarchia di riduzione dei rifiuti, anche se le specifiche problematiche regionali e le attuali performance portano a variazioni nei principi e nelle priorità. Nonostante le differenze di approccio, gli obiettivi di base dello sviluppo sostenibile variano dal ridurre l'uso degli imballaggi al deviare gli stessi dalla discarica, fino all'aumento del riciclaggio e allo stabilire protocolli di raccolta dei dati affidabili.

Nonostante questi numerosi impegni da parte di molti paesi a livello mondiale, c'è ancora molto lavoro da fare, in quanto i materiali da imballaggio vengono spesso "persi" attraverso lo smaltimento come rifiuti. Questo rappresenta la principale tra le problematiche nei paesi sviluppati, nonostante decenni di educazione comunitaria e di miglioramento delle infrastrutture per la raccolta dei rifiuti.

Si tratta di un problema ancora più grave nei paesi in via di sviluppo, dove gli impianti di raccolta dei rifiuti sono inadeguati per far fronte alle crescenti quantità di imballaggi non biodegradabili.

Il forte elemento di sostenibilità e di riduzione dell'impatto ambientale sta diventando oggi sempre più un requisito fondamentale nel guidare la scelta e l'acquisto di un prodotto, ed è un trend in tale crescita che è divenuto parte fondamentale delle strategie aziendali di innovazione, tanto da portarle allo studio e all'applicazione di nuove tecnologie





finalizzate ad offrire prodotti di qualità ma con il minimo impatto complessivo sull'ambiente.

Tutto ciò rappresenta un percorso lungo, che richiede continui investimenti e propensione al cambiamento e all'innovazione, per cercare di abbinare alle caratteristiche proprie di conservazione e mantenimento del prodotto nel tempo quella di essere più rispettosi dell'ambiente.

Per questi motivi, è necessaria una pianificazione minuziosa per non rischiare di essere esclusi dalla competizione interna dei mercati, in un futuro non così lontano.

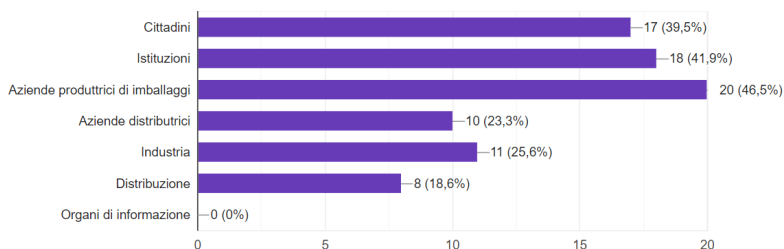
Gianluca Ermili

AAA cercasi sostituto al packaging di plastica

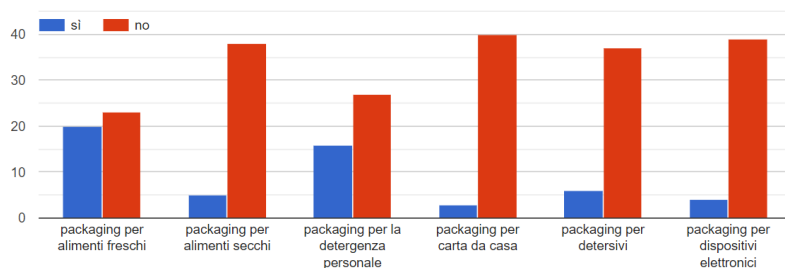
Questionario inviato a 318 contatti; dati analizzati dalla compilazione completa di 43 questionari.

Periodo di rilevazione: ottobre 2019.

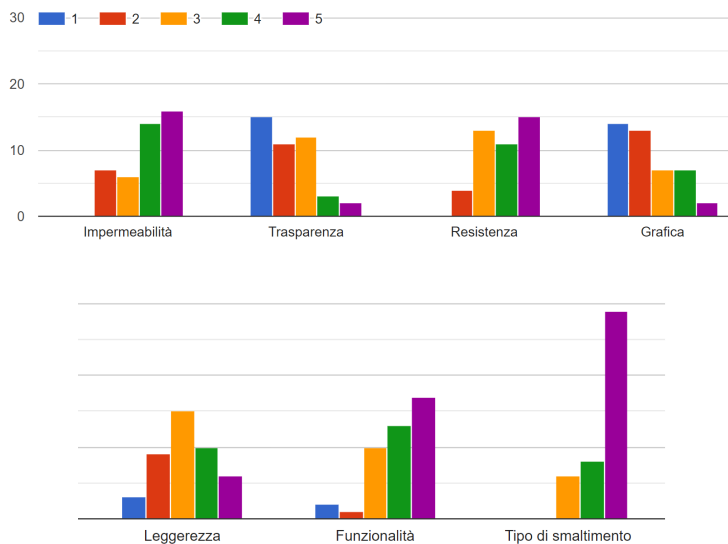
Considerata la tendenza generale verso un mondo “plastic free”, a tuo giudizio, quali fra questi attori pensi possa dare un contributo maggiore per il raggiungimento dell’obiettivo? (massimo due risposte).



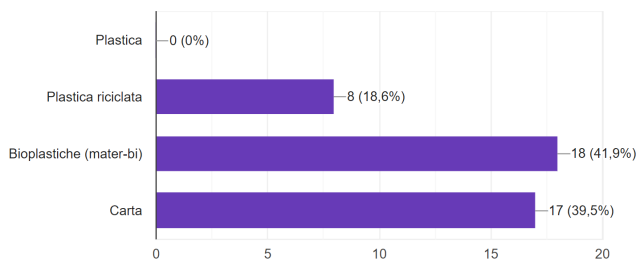
Le recenti normative UE hanno messo al bando la plastica monouso. Parlando di imballaggio in plastica, quali di queste tipologie salveresti e quali no?



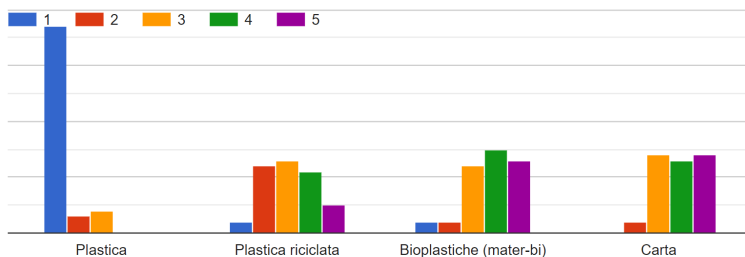
Dando un voto da 1 a 5 quanta importanza attribuischi alle seguenti caratteristiche di un pack (1=min/ 5=max):



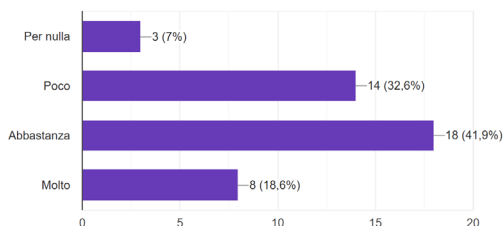
Quali fra i seguenti materiali di imballo per prodotti di carta tissue (rotoli di carta igienica, asciugoni, fazzoletti etc. etc..) preferisci?



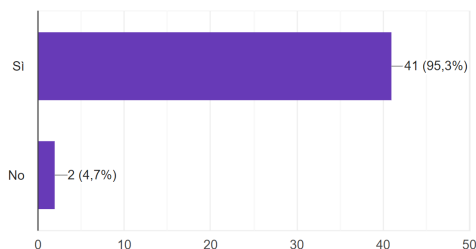
Sulla base della domanda precedente, secondo te fra le opzioni dei materiali per i packaging proposti, qual è il più sostenibile? Dai un voto da 1 a 5 (1=min/ 5=max)



Nella scelta di acquisto di un prodotto quanto ritieni importante il materiale di imballaggio?

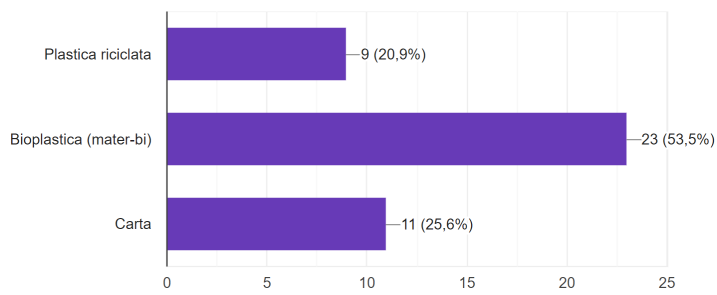


Ci sono poi casi in cui la confezione di plastica non ha solo la funzione di proteggere il prodotto, ma anche di “tenere insieme” i prodotti come nel caso della carta igienica e della carta da casa. In questo caso, ritieni che una confezione non in plastica possa garantire i medesimi vantaggi e la stessa sicurezza?

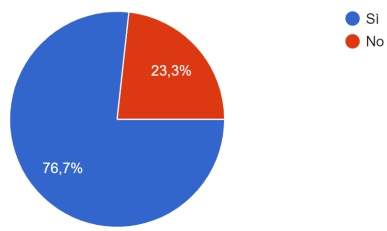




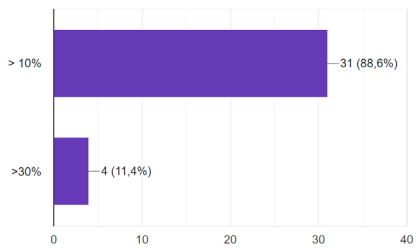
Se sì, di quale materiale dovrebbe essere costituita?



Saresti disposto a pagare di più un prodotto imballato con un materiale riciclato?



Se sì, quanto?






L'emergenza plastica, collegata al problema dell'inquinamento ambientale, è oggi un tema globalmente sentito, soprattutto tra i più giovani. L'utilizzo di questo materiale incide infatti sulla vita di tutti noi, in particolare quando si parla dei packaging utilizzati per i prodotti a largo consumo.

Abbiamo deciso quindi di scoprire come la pensano alcuni Millennial al riguardo, analizzando però nello specifico l'opinione di un campione di giovani ragazzi appassionati di sostenibilità, i CSRnatives.

Il primo dato emerso è sicuramente interessante: alla domanda riguardo a quale attore possa maggiormente incidere per un cambio di rotta verso il "plastic free" nell'uso di imballaggi, il 47% degli intervistati ha risposto riponendo maggior fiducia nelle aziende produttrici di packaging. Se si somma questo dato al 23% che ha selezionato le aziende distributrici, e al 26% che ha optato per la distribuzione, il numero di intervistati che confida nell'azione privata sale drasticamente. Solo il più basso 41% ha infatti preferito le istituzioni, segno di una maggiore fiducia nell'iniziativa delle imprese private rispetto a possibili provvedimenti pubblici.

I dati emersi segnalano che la maggior parte dei giovani partecipanti preferirebbe acquistare i prodotti privi di imballaggio; prima fra tutti, la carta da casa, poi i dispositivi elettronici, gli alimenti secchi e i detersivi. Più dubbi sui prodotti legati alla detergenza personale e maggiori ancora sugli alimenti freschi: in questo caso, il 47% degli intervistati non è pronto a rinunciare al packaging di protezione. L'impressione generale è che il campione selezionato abbia difficoltà ad abbandonare l'imballaggio laddove il prodotto abbia a che fare con il corpo e non possa quindi prescindere da un certo grado di igiene (prodotti legati all'igiene personale o prodotti freschi edibili).





Per quanto riguarda le caratteristiche ritenute imprescindibili per un buon “contenitore”, l'estrazione del campione selezionato non lascia dubbi: il tipo di smaltimento è ritenuto fondamentale per quasi il 67% degli intervistati, seguono la funzionalità, la resistenza, la leggerezza, la trasparenza e la grafica all'ultimo posto. Quello che emerge è una schiacciante predilezione per quelle caratteristiche che incidono sul benessere comune, a discapito di quello personale (si pensi alla leggerezza o agli aspetti più prettamente estetici, agli ultimi posti nei range delle risposte).

Parlando invece di materiali, il 41% dei ragazzi ritiene le bioplastiche il miglior materiale di imballaggio per i prodotti in carta tissue contro il 40% che opta per la carta e il 19% per la plastica riciclata. Nessuno ha preferito la plastica. Sempre in riferimento ai materiali proposti, la plastica riciclata è percepita come meno sostenibile della carta (33% la carta è più sostenibile, 12% lo è la plastica riciclata). La plastica è identificata come il materiale meno sostenibile dalla maggioranza degli intervistati (86%), mentre il 30% delle risposte ha identificato il Mater-Bi come prodotto sostenibile. Il materiale di imballaggio influenza mediamente più del 60% dei ragazzi, che si ritengono condizionati dalle scelte dei produttori in fase di acquisto. La plastica non è evidentemente percepita come necessaria nemmeno nella sua funzione di “unificatore” delle singole unità per facilitarne il trasporto: quasi la totalità dei giovani partecipanti ritiene infatti che qualsiasi altro materiale preso in esame possa svolgere adeguatamente questo compito. In particolare, è il Mater-Bi il materiale individuato come miglior sostituto (dal 53%).

Infine, un dato importante: più del 70% degli intervistati è disposto a pagare di più per un prodotto imballato con materiali sostenibili; di questi, l'89% anche più del 10% del



prezzo attuale.

In conclusione, risulta chiaro come i CSRnatives percepiscano la necessità di un cambiamento, e siano per questo disposti a rinunciare alle molte comodità che il packaging in plastica porta con sé.





Il Network

La rete CSRnatives è nata nel 2015 ed è l'unico network in Italia di giovani appassionati di sostenibilità.

Oggi ha oltre 290 membri, ha pubblicato 7 e-book, ha organizzato 4 eventi aperti al pubblico e tante riunioni a cui hanno partecipato molti iscritti. Inoltre ha collaborato con alcune imprese e ha partecipato a numerosi eventi di rilievo sui temi della sostenibilità.

