



Rifiuti, da nuovo report internazionale 9 persone su 10 chiedono imballaggi davvero circolari

## Descrizione

(Adnkronos) Quasi 9 persone su 10 nel mondo riconoscono l'urgenza dei temi ambientali e chiedono imballaggi davvero circolari. In occasione della Giornata Mondiale della Lattina, Cial Consorzio Nazionale Imballaggi Alluminio richiama l'attenzione sul ruolo della lattina in alluminio come esempio concreto di economia circolare, alla luce dei dati emersi dal nuovo report internazionale Global Recycling Habits and Attitudes 2025, realizzato su iniziativa di Every Can Counts, in Italia Ogni Lattina Vale, il progetto attivo oggi in 21 Paesi, nato per sensibilizzare i cittadini al riciclo dell'alluminio fuori casa e coordinato nel nostro paese da Cial.

Dallo studio basato su un campione di oltre 16mila persone in 16 Paesi, Italia inclusa, emerge un quadro chiaro: i cittadini sono consapevoli dell'urgenza ambientale e riconoscono che la responsabilità del riciclo è condivisa tra persone, industria e istituzioni e chiedono con forza packaging realmente sostenibili e riciclabili all'infinito.

Il primo dato evidente è il livello di preoccupazione per le grandi questioni ambientali: quasi 9 persone su 10 considerano importanti temi come il cambiamento climatico, l'inquinamento da rifiuti e la gestione dei materiali. Allo stesso tempo, oltre 7 su 10 dichiarano che la plastica e i rifiuti dispersi rappresentano un problema molto o estremamente rilevante. In questo contesto, il riciclo dell'alluminio viene percepito come una risposta concreta e misurabile: un materiale permanente, che può essere riciclato all'infinito senza perdere qualità e che, una volta raccolto in modo corretto, torna sul mercato sotto forma di nuovi imballaggi spesso proprio nuove lattine in tempi molto rapidi.

Un altro segnale significativo emerso dalla ricerca è di natura linguistica e culturale: la parola circolarità non è solo un concetto tecnico. Una persona su due associa spontaneamente il circular packaging a un imballaggio riciclato nello stesso tipo di prodotto, segno che il principio del ciclo chiuso è sempre presente nel percepito dei consumatori. Questa lettura si riflette anche nei criteri pratici di valutazione: per il 57% degli intervistati, un imballaggio è considerato riciclabile soprattutto quando il packaging è progettato per essere reinserito nello stesso ciclo produttivo, più che in base ad altre caratteristiche come la forma o il materiale. Per molti consumatori, quindi, la

circolarità non significa semplicemente “non buttare via” un materiale, ma chiudere il cerchio, consentendo a un imballaggio di tornare a svolgere la stessa funzione dopo il riciclo. “Ciò che accade con la lattina in alluminio, riciclabile infinite volte senza perdita di qualità e capace di tornare sugli scaffali come nuova lattina, preservando valore materiale ed energia incorporata”, rimarca Cial.

Allo stesso tempo, il report evidenzia una distanza tra la comprensione concettuale della circolarità e il riconoscimento concreto delle soluzioni che già la rendono possibile: solo il 17% degli intervistati identifica oggi la lattina come il packaging “più riciclabile”. “Un dato che non mette in discussione l’attenzione dei cittadini verso il tema, ma mostra come la crescente sensibilità ambientale non sempre si traduca automaticamente in una piena conoscenza delle performance dei singoli materiali”, osserva il Consorzio. Per Cial e Ogni Lattina Vale, “colmare questo divario” è una priorità strategica di comunicazione, attraverso informazione chiara, semplicità del gesto e maggiore consapevolezza dell’impatto del riciclo.

Il report conferma che i cittadini non si chiamano fuori: più della metà degli intervistati indica i consumatori come primi responsabili del corretto riciclo delle lattine per bevande. Allo stesso tempo, emerge un quadro di responsabilità diffusa, che coinvolge anche industria e istituzioni: il 39% assegna un ruolo centrale all’industria del packaging, il 36% ai gestori dei rifiuti, il 35% ai brand e il 34% ai governi. Per Cial, “questa fotografia conferma la necessità di un approccio di filiera, che coinvolga cittadini informati e consapevoli, aziende che scelgono imballaggi permanenti e riciclabili all’infinito, istituzioni e sistemi di raccolta in grado di valorizzare al meglio il materiale conferito”.

Parallelamente, un altro messaggio che emerge dalla ricerca riguarda le aspettative verso le aziende: quasi 9 persone su 10 (87%) ritengono che produttori e brand dovrebbero essere obbligati a utilizzare imballaggi infinitamente o pienamente riciclabili, oppure realizzati con materiale riciclato. La richiesta di packaging “veramente circolari” non è una nicchia green, ma un’esigenza trasversale alle diverse fasce etniche e ai Paesi coinvolti. Il report evidenzia inoltre come 7 persone su 10 sarebbero più motivate a riciclare se l’esperienza fosse più coinvolgente, semplice e gratificante, ad esempio attraverso meccanismi di gioco, premi o strumenti digitali capaci di rendere visibile l’impatto dei propri gesti.

“È un approccio che Ogni Lattina Vale porta avanti da anni, trasformando il riciclo delle lattine in un’azione partecipata e a portata di mano”, grazie a postazioni dedicate, attività di sensibilizzazione e format pensati per coinvolgere il pubblico in modo positivo, in particolare durante grandi eventi e manifestazioni, ricorda Cial.

“I risultati della ricerca Every Can Counts confermano che la circolarità non è un concetto astratto, ma un criterio sempre presente nel modo in cui cittadini e consumatori guardano agli imballaggi”, sottolinea Stefano Stellini, direttore generale di Cial. “E quale migliore occasione se non la Giornata Mondiale della Lattina per ribadire il valore di un oggetto che rappresenta l’alluminio come materiale permanente e circolare, capace di mantenere il proprio valore nel tempo. È in questo obiettivo che Ogni Lattina Vale porta il riciclo direttamente sul campo, diventando protagonista nel 2025 delle principali tappe musicali estive, dagli I-Days Milano a Firenze Rocks, dai concerti negli stadi a grandi appuntamenti culturali come Lucca Comics&Games, accompagnando cittadini e filiera verso comportamenti di riciclo sempre più consapevoli, semplici e concreti”.

“

---

sostenibilita

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

**Categoria**

1. Comunicati

**Tag**

1. Ultimora

**Data di creazione**

Gennaio 19, 2026

**Autore**

redazione

*default watermark*