



Ppwr, cosa cambia per la Gdo nella fase attuativa. Faenza (Coop): «Il maggiore elemento di difficoltà è l'incertezza normativa»•

Descrizione

(Adnkronos) «Una confezione di biscotti, una vaschetta in atmosfera modificata, una bottiglia di latte, un sacchetto per ortofrutta. Lo scaffale di un supermercato è pieno di prodotti, ma a cambiare in modo radicale non sono solo i contenuti: è l'imballaggio che li accompagna, protegge, racconta e li rende vendibili. Ed è proprio sull'imballaggio che l'Unione Europea ha deciso di intervenire, spingendo l'intera filiera a ripensarne materiali, funzioni, cicli di vita e destinazione finale.

Il nuovo Regolamento sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio (PPWR: Packaging and Packaging Waste Regulation) cambia le regole per chi progetta, produce e commercializza packaging in Europa. Non basta più gestire bene il rifiuto, occorre dimostrare che l'imballaggio è stato pensato per essere ridotto, riciclato, riutilizzato secondo criteri definiti a livello europeo. Per chi mette prodotti sugli scaffali significa intervenire a monte, nella progettazione e nei capitolati, e a valle, nei sistemi informativi e nelle verifiche di conformità. È un passaggio che obbliga a saldare sostenibilità ambientale, tenuta economica e affidabilità tecnica.

Chiara Faenza, responsabile sostenibilità di Coop Italia, lo spiega a Prometeo 360 | Adnkronos definendolo «un passaggio molto importante verso un modello più circolare nella gestione degli imballaggi», ma chiarisce subito che la sfida non è teorica. «È un regolamento molto complesso», osserva, inserito in «uno scenario geopolitico ed economico altrettanto complesso». È una questione tecnica, industriale, economica, per molti aspetti ancora aperta.

Sommario

Per Coop il regolamento non rappresenta una rottura culturale, bensì l'estensione di un percorso già intrapreso. «Da un punto di vista di principio, è assolutamente un'evoluzione di un percorso già avviato», spiega Faenza. La sostenibilità, nella visione cooperativa, precede l'obbligo normativo e non nasce come risposta difensiva alla regolazione europea. È un elemento identitario che nel tempo ha ampliato il proprio perimetro, passando dalla gestione dei rifiuti alla progettazione degli imballaggi.

La responsabile sostenibilità di Coop Italia richiama alcune tappe che anticipano le attuali prescrizioni comunitarie. «Nel 1997 abbiamo implementato una campagna sui rifiuti e sul corretto conferimento degli imballaggi dopo l'uso». Dieci anni dopo, nel 2007, Coop ha introdotto sui prodotti a marchio un pittogramma per indicare materiale e filiera di raccolta. «È diventata norma in Italia nel 2020». L'indicazione oggi prevista a livello europeo trova quindi un precedente concreto nelle scelte aziendali di oltre un decennio fa.

Questa continuità non attenua però le difficoltà applicative. Il punto critico, secondo Faenza, è l'incompletezza del quadro tecnico: «nei fatti è ancora mancante di parti applicative: atti di esecuzione, atti delegati, linee guida con indicazioni del come fare». Il regolamento è formalmente in vigore e prevede un'applicazione progressiva fino alla piena obbligatorietà dal 12 agosto 2026, ma una parte rilevante dei requisiti dipende ancora da atti delegati e linee guida tecniche. In assenza di tali specificazioni, la messa a terra degli obblighi resta parziale. Le imprese sono chiamate a investire e riprogettare con un quadro che, su diversi articoli, non è ancora stabilizzato.

Per un retailer con migliaia di referenze, l'assenza di indicazioni definitive non è un dettaglio burocratico. Significa dover ripensare all'ecodesign con focus in ottica di compliance e rivedere capitolati, sistemi di controllo e contratti con i fornitori senza avere ancora tutti i parametri tecnici stabiliti. L'effetto è una pressione gestionale che si somma alle normali dinamiche di mercato, in un contesto già segnato da volatilità dei prezzi delle materie prime e da tensioni lungo le catene di approvvigionamento.

L'imballaggio tra funzione e impatto

Nel dibattito pubblico il packaging viene spesso ridotto alla sua componente materiale. Faenza invita a spostare l'attenzione sulle funzioni che l'imballaggio svolge. «Non può e non deve essere letto prescindendo dal prodotto», ricorda, perché la sua funzione primaria è «proteggere ai fini in primis della sicurezza del prodotto, garantire condizioni igienico-sanitarie adeguate e la sua funzione di trasporto». La dimensione ambientale va letta insieme a quella tecnica.

Per la grande distribuzione alimentare questo equilibrio è particolarmente delicato. Ridurre peso o componenti di un imballaggio può apparire immediato, ma ogni modifica incide su resistenza, conservabilità, barriera all'umidità o all'ossigeno, gestione del freddo. Se la semplificazione comporta maggiori rotture o un incremento dello spreco alimentare, il bilancio ambientale complessivo può peggiorare. «Bisogna effettuare delle analisi di life cycle assessment per avere un approccio realistico e concreto», osserva Faenza, sottolineando la necessità di valutare l'intero ciclo di vita.

Il regolamento rafforza la centralità dell'eco-design, imponendo requisiti di riciclabilità e di minimizzazione. Tuttavia, cambiare un imballaggio significa rimettere mano a equilibri industriali già ottimizzati. Ogni scelta deve conciliarsi con linee di confezionamento esistenti, con standard di sicurezza alimentare, con normative sul contatto alimentare e con esigenze di comunicazione verso il consumatore. L'imballaggio non è solo involucro: è supporto informativo, elemento di marketing, strumento di tracciabilità.

Anche sul fronte delle emissioni, Faenza invita a evitare semplificazioni. «Non è l'imballaggio la fonte primaria delle emissioni? No, sicuramente no». Ciò non significa che il packaging sia irrilevante, ma che l'impatto va contestualizzato nella catena del valore complessiva. Ridurre

l'uso di risorse contribuisce a una diminuzione delle emissioni, ma il peso relativo del packaging a livello di emissioni varia a seconda della categoria merceologica. L'analisi deve essere caso per caso, non ideologica.

Riciclato, mercato e costi

Tra gli articoli più rilevanti del PPWR vi è quello relativo al contenuto minimo di materiale riciclato negli imballaggi in plastica. Coop aveva già avviato un percorso in questa direzione nel 2018, aderendo alla Pledging Campaign iniziativa europea per incrementare l'uso di plastica riciclata nelle proprie referenze. «A consuntivo a fine 2024 abbiamo utilizzato circa 25.000 tonnellate di plastica riciclata al posto della vergine», precisa Faenza.

L'esperienza maturata negli ultimi anni rappresenta un vantaggio competitivo, ma non elimina le criticità. Il regolamento fissa obiettivi al 2030 che richiederanno un'estensione significativa dell'impiego di riciclato. «I materiali non sono tutti uguali, i tipi degli imballaggi non sono tutti uguali e l'utilizzo di materia prima riciclata può presentare diversi livelli di complessità», ricorda la responsabile sostenibilità, evidenziando che non tutte le applicazioni consentono la stessa flessibilità tecnica.

A questo si aggiunge una criticità industriale che incide direttamente sulla fattibilità degli obiettivi. «Oggi c'è tutta la questione del fatto che il mercato del riciclo della plastica è in crisi», afferma Faenza. La disponibilità di materia prima riciclata di qualità adeguata, a costi competitivi, non è uniforme. Impianti che chiudono, differenze di prezzo rispetto alla plastica vergine importata rendono certamente più complesso pianificare su larga scala. La richiesta normativa di maggior contenuto riciclato si confronta con una filiera che in alcuni segmenti riduce capacità produttiva e fatica a competere sui costi con la plastica vergine. Il rischio non è solo economico: è la possibilità che gli obiettivi vengano perseguiti in un contesto di scarsità strutturale.

Il rischio è una frizione strutturale tra ambizione ambientale e capacità industriale. Per la grande distribuzione -ma comunque per l'intera catena del valore- che opera con volumi elevati e margini contenuti, un incremento significativo dei costi del packaging si riflette lungo tutta la filiera. L'equilibrio tra ambizione ambientale e sostenibilità economica diventa quindi centrale. «Bisogna stare estremamente attenti poi ai costi», osserva Faenza, richiamando la necessità di mantenere la competitività senza arretrare sugli impegni ambientali.

Coop condivide gli obiettivi di economia circolare, tuttavia è fondamentale evitare che la distanza tra norma e operatività si allarghi. Tempistiche molto sfidanti, requisiti ancora da definire nel dettaglio e una filiera sotto pressione economica richiedono un coordinamento stretto tra istituzioni e imprese. Senza questo allineamento, il rischio è che la compliance formale prevalga per le aziende sulla qualità effettiva della transizione.

Filiera e responsabilità operative

Il PPWR rafforza la responsabilità condivisa lungo la catena del valore. Per un operatore della grande distribuzione questo significa intensificare il dialogo con produttori e fornitori di imballaggi. «Richiederà una sempre maggiore condivisione di dati, informazioni, certificazioni, allineamento

complessivo e una maggiore sinergia fin dalla progettazione», spiega Faenza.

La Gdo svolge un ruolo di cerniera naturale tra industria e consumatore. Può tradurre i requisiti normativi in capitolati tecnici, orientare le scelte dei fornitori, anticipare soluzioni dove possibile. «Possiamo avere una funzione da booster, quindi fungere da acceleratore verso la messa a terra di questa normativa lungo l'intera catena del valore», afferma.

Il dialogo con i fornitori, secondo Coop, non nasce con il regolamento. «Il dialogo è sempre esistito», ricorda Faenza, citando l'introduzione del contenuto di riciclato nei capitolati già dal 2018. Oggi però diventa certamente più strutturato e più legato alla compliance. Ogni requisito deve essere documentato, verificato, integrato nei processi di acquisto.

Le trasformazioni più visibili per i cittadini riguarderanno probabilmente etichettatura e comunicazione. L'armonizzazione europea delle informazioni sul conferimento dei materiali modificherà grafiche e indicazioni sui prodotti. Meno evidente, ma altrettanto rilevante, sarà la riorganizzazione interna necessaria per garantire tracciabilità e conformità su scala ampia. «L'obiettivo è continuare a lavorare in maniera sinergica, ricercando sempre il miglior punto di equilibrio per la sostenibilità ambientale, ma anche per la sostenibilità economica dell'intera catena del valore», conclude Faenza, delineando una traiettoria che non punta a strappi, ma a un'evoluzione strutturale e condivisa.

»

sostenibilità

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Marzo 9, 2026

Autore

redazione