

RIDURRE I RIFIUTI

L'obiettivo da raggiungere

Marco Marcatili

«Packaging 'green' Una necessità sentita anche dai consumatori»

Il direttore Sviluppo di Nomisma tra i relatori dell'evento di QN Distretti
«Solo un acquirente su dieci è indifferente alla questione ambientale
Questo settore è chiave se si vuole vincere la sfida della sostenibilità»

di **Giorgia De Cupertino**

Marco Marcatili, direttore Sviluppo di Nomisma, la grande sfida della sostenibilità passa anche attraverso l'industria del packaging. Qual è lo scenario?

«Ci sono stati diversi passi avanti negli ultimi tempi. Un cambiamento che, però, è avvenuto contemporaneamente attraverso un'accelerazione su due livelli. Il primo è quello normativo, che vede una forte responsabilità e attenzione per ciò che riguarda l'aspetto sostenibile e l'economia circolare, mentre il secondo si basa sulla maggiore sensibilità che oggi si riscontra da parte dei consumatori, che sempre più spesso prediligono e ricercano packaging riciclabili e sostenibili. Insomma, c'è stata una spinta a monte e a valle nel segno dell'ecologia, che ha contribuito a mantenere accesi i riflettori su questo importante aspetto e fare passi avanti importanti, portando le aziende del packaging a organizzarsi o riorganizzarsi in tal senso. Non solo».

Cos'altro?

«Stando all'osservatorio packaging di Nomisma, solo per il 9% dei consumatori la sostenibilità non conta nelle scelte di acquisto, mentre per il 62% essa ha un ruolo importante e per il 29% è centrale nella maggior parte delle scelte. Per il 51% dei rispondenti tale sensibilità è in continua crescita. Il packaging è infatti parte fondamentale delle scelte di acquisto: dopo le modalità di produzione a basso impatto ambientale, la sostenibilità del packaging è la risposta

più gettonata sulla sostenibilità dei prodotti. E per alcuni segmenti di consumatori la sostenibilità del packaging è particolarmente importante: per vegani e vegetariani è centrale per il 51% dei rispondenti. È importante promuovere questo aspetto, perché è un sentiero dove ci si può muovere con convinzione: le tecnologie infatti non mancano. Ma bisogna rispettare i propri tempi per attraversare le diverse transizioni, senza generare confusione o incomprensione, affinché ognuno riesca e possa fare la propria parte».

E per quanto riguarda la logistica?

«Su logistica e sostenibilità, il discorso si fa più complesso. Al momento, quello che noi vediamo è una netta prevalenza del carburante fossile e una predo-

minanza del trasporto su gomma. Ora come ora siamo ancora fermi a una logistica più tradizionale, ma bisogna fare un passo in avanti. Passo che, va ricordato, si riesce a fare soltanto se ci si muove insieme: soltanto in questo modo risulterà essere molto più semplice mettere in campo una rivoluzione sostenibile. Tra gli aspetti centrali c'è senz'altro l'intermodalità: l'Ue punta a trasferire su rotaia entro 2030 il 30% delle merci per tragitti superiori ai 300 chilometri (la cosiddetta cura del ferro contro la logistica della gomma), ma occorrerà ripensare tutte le linee logistiche con nuove infrastrutture e forme di relazione intermodali. Occorre poi non sottovalutare le potenzialità dell'idrogeno verde, che per i trasporti pesanti viene conside-



rata una soluzione non solo a lungo, ma anche a medio termine e che vede progettualità europee come le Hydrogen Valleys che interessano direttamente il territorio regionale emiliano-romagnolo».

Capitolo digitalizzazione. Su cosa bisogna mantenere alta l'attenzione?

«Abbiamo due importanti transizioni davanti, cioè quella ecologica e quella digitale. La seconda però rischia di essere più disrompente rispetto alla prima: l'obiettivo principale, infatti, è far sì che questi cambiamenti, questi passi in avanti, riguardino tutte le realtà, comprese le piccole e medie imprese. Bisogna, per l'appunto, imparare a governare questi tipi di cambiamenti e non il contrario: le nuove tecnologie, come l'intelligenza artificiale, possono realmente apportare nuovi benefici e innovazioni, ma è fondamentale che non si crei soltanto un'oligarchia di aziende che possono permetterselo. Altrimenti, il rischio è quello di mettere una sorta di barriera all'ingresso, dove in tanti rimarrebbero fuori. Se nella transizione ecologica dobbiamo 'convincere', per quanto riguarda la transizione digitale bisogna 'aprire'».

Quanto è importante fare rete tra le varie realtà del territorio per affrontare le sfide globali?

«Tantissimo. In parte un buon lavoro è stato comunque messo in atto: scambiarsi informazioni, buone pratiche è fondamentale per creare rete e fare squadra insieme. Serve però a livello complessivo più coerenza per andare verso le nuove sfide, per non generare confusione e orientare le proprie energie verso importanti obiettivi. Il rischio, altrimenti, è che le transizioni le paghino soltanto i più deboli e questo sarebbe ingiusto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Hanno detto

«ASSESSORATO 'LOGISTICO'»



Marco Marcatili

Direttore Sviluppo di Nomisma

Nell'area metropolitana di Bologna, nel 2008 i magazzini e le piattaforme della logistica occupavano 77 ettari equivalenti di superficie coperta, poi nel 2021 si era passati a 150 ettari e nel 2023 si è arrivati a 220 ettari con 228 immobili. Sulla logistica Bologna «è arrivata prima ma si è anche fermata prima», avverte **Marco Marcatili: «forse stiamo perdendo quei vantaggi di competitività e alcuni sistemi di impresa reputano più vantaggiosi alcuni sistemi extra-regionali, addirittura, più che il nostro nodo». E su questo c'è anche un tema di rapporto con le istituzioni, aggiunge Marcatili: bisognerebbe chiedersi «come mai questo settore così pesante non ha un assessorato alla logistica o comunque un riferimento politico»**



«Sulla logistica bisogna fare passi avanti: continuano a prevalere gomma e carburanti fossili»