

# IL MIO AMICO PACKAGING

LA **GUIDA** PER CONOSCERE  
DA VICINO IL **PACKAGING**  
E SFATARE FALSE CREDENZE

---



UNC  
CONSUMATORI.IT

PREMIO ANTITRUST 2017  
MIGLIOR ASSOCIAZIONE CONSUMATORI



# ALLA SCOPERTA DEL PACKAGING “INTELLIGENTE”



AVV. MASSIMILIANO DONA  
PRESIDENTE  
UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI

 @massidona

Sentiamo parlare sempre più spesso di **sostenibilità**, un argomento che sembra attrarre in modo crescente i consumatori, interessati ogni giorno di più ad acquistare prodotti non solo di qualità, ma anche rispettosi dell'**ambiente**. Non sorprende allora sapere che una delle domande che ci sentiamo rivolgere agli sportelli dell'**Unione Nazionale Consumatori** riguarda l'imballaggio dei prodotti: "Il **packaging** serve davvero?"

E' proprio per rispondere a tale quesito che è maturata l'idea di questa Guida, realizzata dall'UNC proprio con la collaborazione dell'**Istituto Italiano Imballaggio**: l'obiettivo è quello di chiarire a cosa serve la confezione di un prodotto, quali sono le **fake news** più diffuse e quali le responsabilità dell'intera filiera, dal progettista fino ad arrivare all'utilizzatore finale, per evitare gli eccessi dell'*over-packaging* e puntare piuttosto a imballaggi "intelligenti", progettati secondo un principio di riciclabilità.

Sapevate ad esempio che esiste una "**Carta etica del packaging**", che i Comuni italiani sono chiamati per legge a effettuare la **raccolta differenziata** o ancora che gli imballaggi possono essere un prezioso alleato contro lo **spreco alimentare**? Per saperne di più, non vi resta che esplorare con noi il mondo del *packaging*... buona lettura!

# PACKAGING: COS'È E A COSA SERVE

Il **packaging**, detto comunemente imballaggio, involucro o confezione, è lo **strumento che contiene, protegge, conserva e presenta un prodotto** rendendolo disponibile nello spazio e nel tempo per **l'utilizzatore finale**.

Gli imballaggi hanno diverse funzioni:

**CONTENERE:** vale a dire **impedire la dispersione del prodotto** contenuto. Se il prodotto è liquido, fluido, in polvere, composto di piccole parti che devono necessariamente essere tenute insieme, o non ha una struttura rigida, questa funzione è imprescindibile.

**PROTEGGERE:** ossia **salvaguardare l'integrità di ogni prodotto**, tutelandolo da un punto di vista meccanico, termico, chimico e batteriologico. Nel caso ad esempio di un prodotto alimentare, proteggerlo significa garantirne la qualità, l'igiene e la sicurezza, scongiurando il rischio che diventi anzitempo non commestibile.

**CONSERVARE** (e/o preservare): ovvero fare in modo che **un prodotto duri a lungo**, non si rovini, ma piuttosto mantenga inalterate nel tempo le sue prerogative.

**PRESENTARE:** ovvero rappresentare il suo contenuto, rendendolo **visibile e riconoscibile**. Presentare un prodotto significa anche **informare e insegnare**. Oltre al marchio e al nome, la confezione riporta le istruzioni per l'uso, le avvertenze e le precauzioni, i possibili pericoli dovuti a utilizzi incauti, sempre più spesso anche le indicazioni per la raccolta differenziata.



**SAI CHE LA DATA DI SCADENZA GENERALMENTE ESPRESSA SULLE CONFEZIONI CON LA DICITURA «DA CONSUMARSI ENTRO IL...» ESPRIME LA DATA ENTRO LA QUALE IL PRODOTTO DEVE ESSERE TASSATIVAMENTE CONSUMATO?**



# LE FAKE NEWS PIU' DIFFUSE

SGOMBRIAMO IL CAMPO DALLE FALSE NOTIZIE SUGLI IMBALLAGGI!

## X FALSO

La stragrande maggioranza dei rifiuti sono imballaggi. Smaltirli rappresenta un enorme problema ambientale.

In Italia si producono circa 164 milioni di tonnellate di rifiuti all'anno. I rifiuti urbani, cioè, in sostanza, quelli prodotti nelle nostre case, e gli assimilati (ovvero rifiuti provenienti dalle attività commerciali, artigianali e altre che i Comuni hanno la facoltà di equiparare a quelli domestici) sfiorano i 30 milioni di tonnellate l'anno. È in questa categoria che rientrano i rifiuti di imballaggio, che ammontano a poco più di 7 milioni di tonnellate l'anno. **I rifiuti di imballaggio costituiscono dunque circa il 25% dei rifiuti urbani in peso e il 4% dei rifiuti totali prodotti in un anno nel nostro Paese.**

## X FALSO

La raccolta differenziata costa un occhio della testa. I Comuni si rifanno su noi cittadini continuando ad aumentare le tasse sui rifiuti.

Una direttiva europea ha stabilito che la responsabilità e i costi della corretta gestione dei rifiuti di imballaggio ricadono sulle imprese che li producono o li utilizzano per i loro prodotti. **Chi inquina paga** è una delle **regole capitali della disciplina europea** in tema ambientale ed è da qui che nasce la cosiddetta responsabilità estesa del produttore: chi produce e/o introduce un prodotto sul mercato, deve farsi carico anche economicamente di quel che succederà quando quel prodotto avrà finito la sua vita.

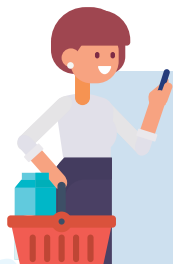


## X FALSO

La raccolta differenziata è una bufala. I rifiuti separati in casa vengono rimessi tutti insieme dalle aziende della nettezza urbana e buttati in discarica o nell'inceneritore.

Per far sì che le imprese assolvessero ai loro doveri, è stato creato un sistema di **consorzi no profit** che associano le aziende che producono e importano gli imballaggi, le industrie che li utilizzano per contenere e proteggere i loro prodotti e i distributori e commercianti che vendono quei prodotti.

Cabina di regia di questo sistema è il **Conai**, il Consorzio nazionale imballaggi, di diritto privato, ma retto da uno statuto approvato dai ministri dell'Ambiente e dello Sviluppo economico. L'adesione, però, non è obbligatoria. Ogni azienda può assolvere in autonomia gli impegni di recupero e riciclo dei propri imballaggi, purché sia in grado di dimostrare di aver raggiunto gli obiettivi di legge.



SAI CHE I COMUNI ITALIANI SONO CHIAMATI DALLA LEGGE A EFFETTUARE LA RACCOLTA DIFFERENZIATA?

# LE 10 REGOLE DELLA “CARTA ETICA DEL PACKAGING”

La **carta etica del packaging** è una raccolta di principi che ha lo scopo di fornire informazioni utili a progettare, produrre e utilizzare imballaggi in modo consapevole. Rappresenta una sorta di contratto ideale tra gli attori del sistema (dai progettisti, ai produttori fino agli utilizzatori finali) affinché si impegnino a condividere i principi comuni. Di seguito le 10 regole:

## 1. PACKAGING RESPONSABILE

Il packaging ha una ripercussione su un'intera comunità e per questa ragione ha una **responsabilità sociale** ed è proprio di questo principio che i *designer* devono essere consapevoli nel momento in cui si trovano a progettare un *packaging*.

## 3. PACKAGING SICURO

L'imballaggio deve dare agli utilizzatori tutte le informazioni relative alla propria tracciabilità, alla filiera produttiva, e, inoltre, **garantire igiene e protezione** non solo durante il trasporto ma durante tutto l'arco di vita del prodotto.

## 5. PACKAGING TRASPARENTE

L'imballaggio deve comunicare in modo sincero, diretto, comprensibile e senza deformazioni o inganni. Solo in questo modo è possibile costruire un rapporto immediato e duraturo con gli acquirenti, **minimizzando il rischio di interpretazioni erranee**.

## 2. PACKAGING EQUILIBRATO

Un imballaggio equilibrato non deve essere sovradimensionato né sotto l'aspetto della comunicazione né sotto l'aspetto strutturale: deve svolgere la sua **funzione di contenimento e trasporto**, non deve esagerare nella promessa fatta al consumatore e non deve avere un eccesso di informazioni che distraggono l'acquirente.

## 4. PACKAGING ACCESSIBILE

L'imballaggio deve **garantire l'accessibilità al prodotto** anche ai soggetti più deboli indipendentemente dalle abilità sensoriali degli utenti. Il *packaging* deve essere progettato per facilitare la comunicazione anche con questi utenti; deve essere semplice, intuitivo e favorire l'uso e il consumo del prodotto.



# LE 10 REGOLE DELLA “CARTA ETICA DEL PACKAGING”

## 6. PACKAGING INFORMATIVO

Il *packaging*, come prescritto dalla normativa, deve riportare tutte le informazioni utili alla conoscenza del contenuto e del suo imballaggio, al loro utilizzo e allo smaltimento. Ad esempio l'**e-tichetta** posta sull'imballaggio deve **informare sui valori nutrizionali** e sulla preparazione di un cibo, oppure su modalità di utilizzo e conservazione di un prodotto.

## 9. PACKAGING EDUCATIVO

Il *packaging* deve esercitare una funzione educativa inducendo con i propri messaggi a comportamenti virtuosi, accrescendo le conoscenze e le competenze dell'utente su temi di volta in volta riconosciuti come prioritari, o su vere e proprie urgenze. **Deve indicare come agire per smaltire, riciclare o riusare l'imballaggio o come ridurre gli sprechi.**

## 7. PACKAGING CONTEMPORANEO

Gli imballaggi riflettono la cultura della società e contribuiscono a loro volta a crearla. Il *packaging* comunica anche modelli di alimentazione, modelli del lusso, modelli di vita sociale: per questo deve e può **evitare la diffusione di quegli stereotipi** che sotto qualunque forma rappresentano ostacoli per una società giusta.

## 8. PACKAGING LUNGIMIRANTE

Lo sviluppo del *packaging* deve implicare un impegno costante sul fronte della ricerca e dell'innovazione. Deve essere in grado di **ripensarsi anche per gli utilizzatori di domani.**

## 10. PACKAGING SOSTENIBILE

L'imballaggio sostenibile è ideato, fabbricato, trasportato e riciclato utilizzando, dove possibile, energie rinnovabili ed energie pulite e viene recuperato efficacemente dopo l'uso. Il *packaging* per definirsi rispettoso dell'ambiente deve essere ottenuto con il minor consumo di risorse ed energia. Deve essere progettato e prodotto secondo un **principio di riciclabilità** e si basa in via prioritaria su materiali riciclati.

# 7 MOSSE CONTRO LO SPRECO ALIMENTARE

Lo spreco alimentare è una piaga dei nostri giorni che un corretto utilizzo del *packaging* può aiutare a combattere. Ecco sette mosse vincenti per **evitare gli sprechi in cucina**:

## 1. LA SPESA INTELLIGENTE

Prima di uscire, meglio verificare cosa si ha già in casa, **pianificare** i prossimi pasti e fare la lista della spesa. È inoltre una buona idea quella di andare al supermercato con lo stomaco pieno, per evitare acquisti superflui dettati solo dalla foga del momento.

## 2. METODO "FIFO"

È l'acronimo inglese di "**first in first out**": per evitare di sprecare, il segreto è mettere i prodotti a scadenza ravvicinata bene in vista e in prima fila sugli scaffali, **i primi a entrare devono essere anche i primi a uscire** in una rotazione continua.

## 3. OCCHIO AL PACKAGING

- **Frutta e verdura** non deperiscono più rapidamente nel loro imballaggio originale: conservare il prodotto come lo si è comprato, ricordandosi di riporlo in frigo se quando lo si è acquistato era in fresco.
- Oltre alla **data di scadenza o al "TMC" (termine minimo di conservazione)**, leggere attentamente sull'**etichetta** delle confezioni anche le istruzioni per la conservazione e l'uso.
- Non fare **tagli o buchi alla confezione originale**: il prodotto non deve respirare!
- Non avere fretta di togliere i prodotti dalla loro confezione: **il prodotto si conserva meglio nel suo imballaggio originale**, che non serve solo per trasportare il cibo a casa.
- Se un prodotto va conservato in frigorifero, controllare sull'etichetta l'indicazione dello **scomparto nel quale riporlo** (il ripiano più in basso è il più freddo).
- **Utilizzare i supporti indicati** o forniti per richiudere l'imballo una volta aperto.

## 4. LA GEOMETRIA DEL FRIGO

Per conservare al meglio e più a lungo gli alimenti, il frigorifero, va da sé, deve essere **ben refrigerato**. Nei cassetti e sugli scaffali più in basso vanno i cibi che richiedono temperature più basse come frutta, verdura e carni. In alto, quelli che richiedono temperature più alte come uova o formaggi. Non dimenticare di **riordinare periodicamente il frigo** e di sbrinarlo almeno un paio di volte l'anno in modo che funzioni meglio spendendo meno energia.

**SAI CHE NEI PAESI INDUSTRIALIZZATI GRAN PARTE DELLO SPRECO ALIMENTARE PUO' DIPENDERE DALLE NOSTRE CATTIVE ABITUDINI DOMESTICHE?**

# 7 MOSSE CONTRO LO SPRECO ALIMENTARE

## 5. LA PARTE DEL FREEZER

**Bando ai surgelati invisibili**, ogni contenitore del freezer deve avere un'etichetta che riveli il contenuto e il giorno in cui è stato congelato. Anche sulle confezioni dei **gelati e dei surgelati** comprati al supermercato è bene segnare la **data di acquisto**. Non è vero che il freezer conserva per sempre: la surgelazione domestica rallenta, ma non blocca la degradazione degli alimenti. Meglio **congelare in piccole porzioni**, in modo da poter sgelare, cucinare e consumare solo le quantità che servono. Prima di buttare gli avanzi, valutare la possibilità di surgelarli. Mai caldi, però, pena un rialzo della temperatura del freezer che può compromettere la conservazione degli alimenti già surgelati.

## 6. L'AVANZO E' SERVITO

La prima regola ai fornelli è **regolarsi con le quantità**. La seconda regola è **riutilizzare gli avanzi**. Zuppe e minestre, polpette e polpettoni, frittate con la verdura, con il formaggio o con la pasta avanzata del giorno prima. Timballi, pasticci, insalate miste, macedonie. E bruschette, torte salate, torte dolci a base di pane raffermo.

## 7. L'OCCHIO VUOLE LA SUA PARTE

Anche le **dimensioni delle stoviglie** possono contribuire allo sperpero. Per non esagerare con quantità che non riusciremo a finire, meglio «utilizzare piatti piani e da *dessert* piuttosto che fondine e ciotole».



UNC  
CONSUMATORI.IT

PREMIO ANTITRUST 2017  
MIGLIOR ASSOCIAZIONE CONSUMATORI



UNConsumatori



@consumatori



unione-nazionale-consumatori



@consumatori

[www.consumatori.it](http://www.consumatori.it)

In collaborazione con



ISTITUTO ITALIANO IMBALLAGGIO  
The ITALIAN INSTITUTE of PACKAGING

The packaging community

[www.istitutoimballaggio.it](http://www.istitutoimballaggio.it)

\* Avvertenza: l'Unione Nazionale Consumatori non svolge attività di promozione o pubblicità commerciale avente per oggetto beni o servizi prodotti da terzi e non intende realizzare alcuna connessione di interessi con imprese di produzione o di distribuzione: ai sensi di quanto previsto dal Codice del Consumo, il presente documento è quindi finalizzato esclusivamente a esigenze educative verso i consumatori. Il partner ha preso atto della indipendenza e imparzialità di Unione Nazionale Consumatori con l'impegno a non condizionarne in alcun modo l'autonomia di pensiero e le scelte editoriali.