

Plastix

RIVISTA TECNICA DELLE MATERIE PLASTICHE

Organo ufficiale T.M.P. Associazione Italiana Tecnici Materie Plastiche 

**AMBIENTE I RISCHIO
GREENWASHING**

Tracciare
per innovare

**DATI E MERCATI
PLASTICA RIGIDA**

La regina
del packaging

FOCUS AUSTRIA

Tutte le potenzialità
di un mercato vivace
e votato all'innovazione

**SPECIALE
MICROLAVORAZIONI**

Piccole tecnologie
crescono


tecniche nuove
www.tecnichenuove.com

wittmann



Your One-Stop-Shop

It's all WITTMANN.



Plastica rigida

Regina del packaging

La plastica rigida si conferma essere il materiale più usato nell'industria del packaging made in Italy tanto da occupare il 36,4% del mercato nazionale, quota che entro il 2026, stando alle previsioni, dovrebbe mettere a segno un'ulteriore crescita del 2,3%, seguita dagli imballaggi flessibili, che oggi hanno uno share del 27,3%. A dirlo è lo studio *What's*

next? Trends and opportunities in the Italian packaging industry, condotto dalla società di consulenza manageriale **Bonfiglioli Consulting**, sulla base dei dati previsionali Global Data 2021-2026. «Almeno per altri tre anni la plastica rigida, con tutti i suoi difetti, resterà il materiale più utilizzato dalle aziende del settore, per la sua economicità e per le sue caratteristiche tecniche quali durata; bassa

densità; scarsa conducibilità termica ed elettrica; resistenza; flessibilità; leggerezza; facile lavorabilità in infinite tipologie di manufatti. Tutte caratteristiche che l'hanno resa indispensabile e insostituibile in molteplici applicazioni e settori: dall'alimentare al farmaceutico fino alla cosmesi e ai prodotti per la detergenza della persona e della casa», afferma **Michele Bonfiglioli**, Ceo dell'omonima società di

La plastica rigida continua a essere il materiale più utilizzato nell'industria degli imballaggi e lo sarà almeno fino alla fine del 2026. La sfida per il futuro? Trovare materiali sempre più green in grado di conciliare al meglio le necessità delle imprese con le tendenze emergenti di sostenibilità



**CONTRIBUTO DEI VARI SETTORI
ALLA CRESCITA DELL'USO
DELLA PLASTICA RIGIDA
NEL PACKAGING 2021-2026**

Food
1.750

Bevande
non alcoliche
1.507

Bevande
alcoliche
-1

Toiletry
30

Altro
103

Fonte:
Ricerca Bonfiglioli
Consulting
Dati in
milioni di unità

consulenza. Senza trascurare poi la facilità di trasporto e l'elevata frequenza di acquisto, due altri importanti fattori che nel tempo hanno spinto l'espansione globale della plastica nell'industria del packaging.

Food e beverage, i settori più affamati di plastica

I comparti dove l'utilizzo di questo materiale è in maggior crescita sono quello alimentare, dove l'uso è destinato a passare da 16.228 miliardi di unità di oggi a oltre 17.571 miliardi nel 2026, seguito dal settore del beverage dove da più di 10.879 miliardi di unità del 2023 crescerà a 11.722 miliardi nell'arco di tre anni. Scendendo nel dettaglio la ricerca di Bonfiglioli Consultant evidenzia che la plastica rigida è particolarmente usata nell'industria delle bevande non alcoliche, con una quota del 63,7%, fetta destinata a lievitare di almeno un altro 2,8% entro il 2026.

L'uso della plastica rigida, stando alle previsioni, è in crescita anche negli imballaggi per il comparto cosmetico e della toiletry, dove passerà da 959,5 miliardi di unità a 975, 4 miliardi nel 2026. A oggi la quota di mercato dell'uso della plastica in questo comparto è del 47,8%. I prodotti per l'igiene personale e la cura dei capelli sono, al momento, i maggiori utilizzatori con rispettivamente il 31,4% e il 19,8% del volume di mercato.

Prodotti solari, mercato in grande ascesa

Ma il comparto destinato a registrare la crescita più veloce nell'uso delle plastiche rigide nel prossimo futuro è quello dei prodotti solari, trainato dal boom del settore. Stando ai dati diffusi da Iqvia, provider di analisi e ricerca in ambito sanitario e farmaceutico, infatti, dal 1° luglio 2022 al 30 giugno 2023 il mer-



**“Almeno per altri tre anni la plastica rigida, con tutti i suoi difetti, resterà il materiale più utilizzato dalle aziende del settore”
Ceo di Bonfiglioli Consulting**

cato dei prodotti per la protezione solare ha sfiorato i 200 milioni di euro, con un aumento del 9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Un trend di crescita che dovrebbe mantenersi tale anche per i prossimi anni.

La grande sfida green

Ma la sostenibilità degli imballaggi resta al centro degli investimenti delle aziende di settore. Non è un caso che, stando a quanto hanno dichiarato le imprese che hanno preso parte all'Osservatorio packaging del largo consumo di **Nomisma**, società bolognese di ricerche di mercato, il raggiungimento dagli obiettivi di sostenibilità passa inevitabilmente attraverso azioni di revisione e ripensamento degli imballaggi in ottica green. E questo vale sia per il packaging alimentare sia per quello cosmetico e dei prodotti per l'igiene personale e per la casa. Due, quindi, gli obiettivi comuni a tutte le aziende di settore: ridurre i rifiuti generati dal packaging dei prodotti e aumentare la quantità di confezioni riciclabili. Da qui la loro attenzione a realizzare prodotti sempre più essenziali, leggeri (no overpackaging) e riciclabili. Anche perché ormai pienamente consapevoli di come un programma di

**SOFT DRINKS E ALIMENTARI
BATTONO TUTTI**



	2021	2026
ALIMENTARE		
Alimenti a base di latte di soia	50,3%	53,3%
Carni	15,6%	14,3%
Cibo salato fresco	12%	11,5%
Cereali e prodotti forno	5,2%	4,8%
Pesce	4,5%	4,3%
Altro	12,4%	11,7%
BEVANDE NON ALCOLICHE		
Soft drinks	98,9%	98,9%
Bevande calde	1,1%	1,1%
COSMETICA E TOILETRY		
Igiene personale	31,4%	31,2%
Prodotti per capelli	19,8%	19,8%
Toiletry maschile	16,2%	16,5%
Igiene orale	14,8%	14,7%
Cura della pelle	10,6%	10,5%
Altri	7,2%	7,3%
ALTRI SETTORI		
Detergenti	25,1%	25,9%
Cura dei gatti	24,9%	23,9%
Detersivi per piatti	9%	9,1%
Prodotti per lavaggio tessuti	14,5%	14,8%
Cura dei cani	6,4%	6,7%
Altri	20,1%	19,3%

Fonte: Bonfiglioli Consulting

Il settore packaging continua a crescere a livello globale e, nei prossimi tre anni, potrebbe mettere a segno una crescita del 21%, arrivando a toccare quota 1.200 miliardi di dollari di valore globale

Fonte: Bank&Co

decarbonizzazione e sostenibilità possa creare valore economico per la propria organizzazione. Questo significa valutare l'impatto ambientale dei diversi materiali e tenere conto del loro intero ciclo di vita, dall'estrazione e produzione delle risorse, al trasporto e al fine vita dei prodotti.

«La crescente eco-consapevolezza dei consumatori sta esercitando pressioni sui produttori affinché la percentuale di plastica riciclata o di origine bio nella realizzazione degli imballaggi sia sempre più elevata», precisa Bonfiglioli. Nomisma conferma: oggi il 65% degli italiani preferisce mettere nel carrello prodotti che hanno una confezione più sostenibile e il 76% delle famiglie vorrebbe addirittura che sulle etichette degli alimenti venissero indicati i punteggi di sostenibilità di ogni singolo prodotto.

E per soddisfare queste esigenze si fa sempre più largo l'utilizzo di materiali con filiere consolidate, ovvero vetro, alluminio e per quanto riguarda la plastica, i tre polimeri polipropilene, polietilene e pet. Ma anche carta e cartone, tanto che nei prossimi tre anni si prevede registrerà un tasso medio annuo di crescita dello 0,6%, arrivando a 11,1 miliardi di unità nel 2026.

Imballaggi a basso impatto in crescita

Una tendenza, quella dell'attenzione all'eco-sostenibilità degli imballaggi, in crescita in tutto il mondo, tanto che secondo le stime di **The Business Research Company**, quest'anno il mercato globale del packaging riciclabile raggiungerà i 28,3 miliardi di dollari di valore con un tasso di crescita del 7,2%

rispetto al 2021, per toccare i 34,2 miliardi di dollari nel 2026.

Gli imballaggi ecologici sono, quindi, un elemento chiave nel mercato in quanto biodegradabili, riutilizzabili, non tossici e costruiti con materiali riciclati, quindi fondamentali per raggiungere l'obiettivo italiano di riciclare fino al 75% degli imballaggi entro la fine del 2023 come annunciato da **Conai**, ben 10 punti percentuali sopra il target previsto dall'Ue, che ha chiesto ai suoi stati membri di arrivare, entro il 2025, a un riciclo del 65%.

A oggi i principali materiali utilizzati per il green packaging sono la plastica riciclata, biodegradabile, le materie plastiche vegetali, la carta e cartone riciclato, il legno da silvicoltura sostenibile, il cartone ondulato, riciclabile al 99,9% e personalizzabile, e i sacchetti in polietilene riciclato.

Tutti materiali che consentono la creazione di imballaggi altamente funzionali con il minimo consumo di materia prima e, al contempo, in grado di garantire un prodotto di qualità rispondente ai requisiti del green packaging.

«Ma la transizione verso il packaging a basso impatto ecologico richiede tempi lunghi e investimenti importanti», precisa Bonfiglioli.

«Per questo è importante continuare a lavorare per ridurre la quantità di plastica vergine utilizzata per creare nuovi imballaggi, come del resto già si sta facendo, focalizzandosi sulla riduzione degli spessori e sul mix plastica e prodotti alternativi. L'investimento delle aziende del comparto della plastica e del packaging in ricerca e sviluppo è fondamentale per riuscire a conciliare sempre meglio le necessità economiche delle imprese con le tendenze sociologiche e culturali emergenti». ■