

L'etica degli scatolifici: "Alt al disboscamento"

OCCHIO ALLA TRACCIABILITÀ. L'ASSOCIAZIONE ITALIANA DEI PRODUTTORI HA APPENA FIRMATO UN ACCORDO PER CERTIFICARE DA DOVE ARRIVA LA CARTA (IL 71% È RICICLATA). SI PUNTA PURE SULLA TECNOLOGIA PER RIDURRE LA MATERIA PRIMA
Stefania Aoi

Milano

Quasi un quinto della superficie della foresta Amazzonica è andato perso negli ultimi cinquant'anni. Colpa della deforestazione selvaggia, denunciata più volte dalle associazioni ambientaliste. Il legno viene venduto e utilizzato per produrre mobili piuttosto che carta. E arriva anche nel nostro paese. «La nostra associazione sta cercando di fare la propria parte per contrastare questo fenomeno - racconta Andrea Cornelli, presidente dell'Associazione italiana scatolifici (Cis) - Tanto che solo la settimana scorsa abbiamo sottoscritto un accordo con l'organizzazione no-profit Pefc, che certifica la provenienza della carta che finisce poi nelle nostre scatole».

Ma già da tempo, spiegano i produttori di imballaggi di cartone,

«alcune delle nostre imprese, come la Open Imballaggi, di Calcinato (Bergamo), acquistano solo materiale di provenienza sicura». Questo per evitare che arrivi da zone come la Bolivia, dove il disboscamento è spesso illegale e il legno per la cellulosa costa pochissimo rispetto a quello svedese o finlandese. «Nei paesi scandinavi infatti per ogni albero abbattuto - afferma Cornelli - ne viene piantato almeno uno nuovo».

La coscienza ambientale negli anni è aumentata, in questo settore come in tanti altri, nonostante scandali come quello di Volkswagen pongano interrogativi e dubbi. «Oggi ad esempio la carta che utilizziamo è al 71 per cento riciclata - afferma il presidente - E raggiungere tale percentuale è stato possibile perché costa molto meno di quella vergine». La crescita di materiale riciclato nella produzione è stata dell'1 per cento all'anno, dal 2008 a oggi (dati Cis). Ma eliminare del tutto la carta di nuova produzione non è ancora possibile. Ad esempio in Italia, negli alimenti, non sempre si può usare il cartone riciclato per via degli inchiostri, fisiologici in questo materiale.

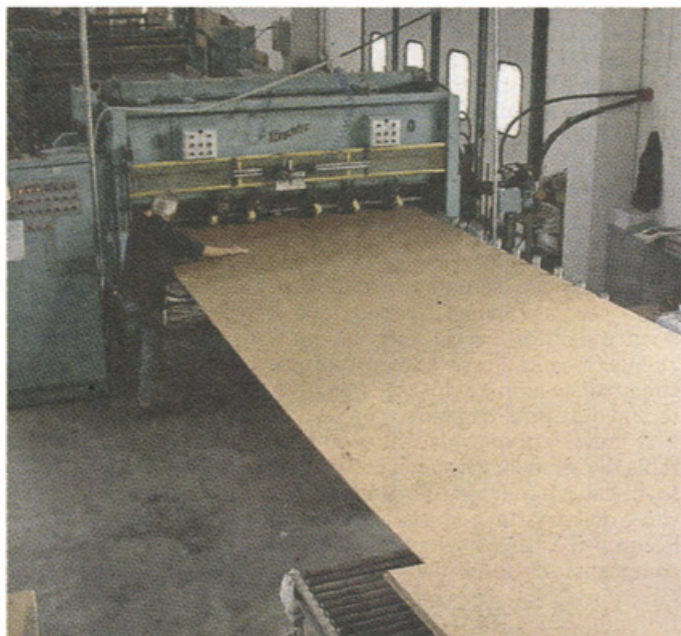
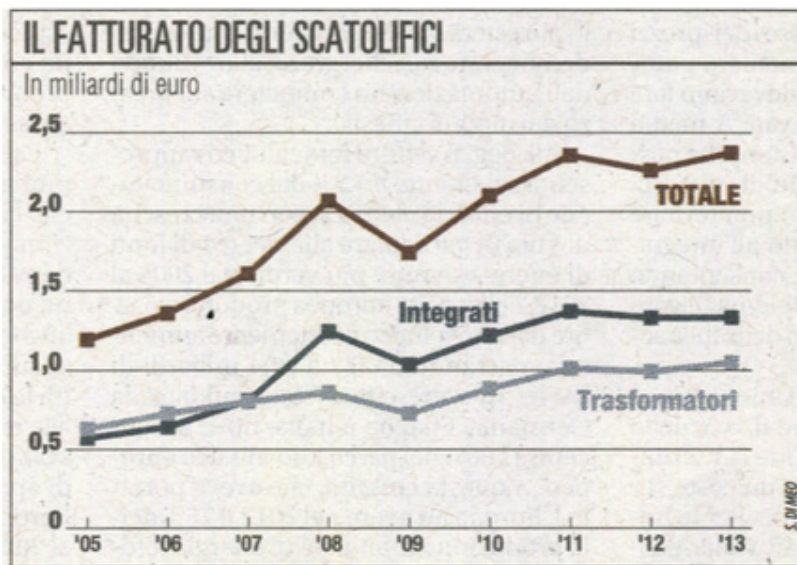
Così c'è anche chi studia come utilizzare quantità inferiori

di materia prima. La Grifal di Cologno al Serio sta investendo per produrre un tipo di cartone più resistente, che per essere realizzato richieda meno carta vergine. E ha già brevettato la nuova tecnologia che nel 2016 dovrebbe essere pronta all'uso. E questo è un bene visto che il consumo di cellulosa è di nuovo in crescita.

Il comparto oggi, secondo uno studio della School of management della Bocconi, vale circa 2,4 miliardi di euro, se si somma il giro d'affari di chi trasforma la carta in cartone e produce al contempo scatole, e di chi si limita solo a questa seconda attività. La maggior parte del mercato si trova in Italia. All'estero è destinato appena il 4 per cento del prodotto. Le scatole italiane non vanno comunque lontano, restano in Francia, e in quei paesi vicini al confine. «Questo perché il loro valore è basso e il trasporto costa e non rende convenienti le esportazioni», afferma il presidente. Così durante la crisi il comparto ha sofferto. E c'è persino chi ha cercato di aprirsi altre strade, inventando prodotti innovativi e uti-

lizzando la rete. «C'è chi sta pensato di rivolgersi direttamente i consumatori finali per commerciare su web semplici scatole per regali, ma anche pannelli fonoassorbenti in cartone, o persino borse - prosegue Cornelli - Infine da qualche anno ha preso maggiore peso la fornitura di imballaggi a base di carta per le grandi piattaforme logistiche, come Amazon, eBay che lavorano con le vendite online».

Intanto con la ripartenza dell'economia, anche per i fabbricanti di scatole gli affari iniziano ad andare meglio. «L'industria alimentare è quella che dà più soddisfazioni», spiegano dall'Associazione Scatolifici, che raguna un'ottantina di aziende, sulle 330 circa di tutto il settore. Il comparto cibo da solo vale circa il 21 per cento dei ricavi dei produttori di cartone e imballaggi, seguito dal settore dell'elettronica e della tecnologia che vale il 14 per cento, e poi dalle bevande e dall'abbigliamento che valgono rispettivamente l'11 per cento. Altri comparti di peso sono l'industria farmaceutica che vale il 9 per cento dei ricavi e l'industria automobilistica che vale il 7 per cento. «Se i fatturati sono in aumento - commenta il presidente - le profittabilità è purtroppo in calo, anche perché abbiamo dovuto sostenere maggiori costi e investire in ricerca».



Il comparto, secondo uno studio della **School of management** della Bocconi, vale circa 2,4 miliardi di euro