

Per l'industria il futuro della plastica è nel riciclo



L'obiettivo. Coca-Cola, Nestlé e Ferrero puntano a confezioni di plastica al 100% riciclabili; anche Volvo e Volkswagen scelgono materiali riciclati

Ilaria Vesentini

Bioplastica e plastica riciclata non sono materiali concorrenti e fungibili, ma alleati nella sfida di ridurre la produzione di plastica vergine da fonti fossili e tagliare così le emissioni di CO₂. E la soluzione per ripulire gli oceani e limitare le emissioni non è bandirne uno a vantaggio dell'altro, ma prolungare il più possibile il ciclo di vita utile di tutti e, a fine utilizzo, raccoglierlo correttamente e recuperarlo nel modo più efficiente: per produrre energia, nuovi polimeri sintetici o altri materiali. Parte da questa premessa condivisa e dall'assunto che il problema è la mentalità usa-e-getta ogni discussione all'interno della filiera della plastica italiana (ed europea), alle prese con restrizioni normative senza precedenti. «Condividiamo gli obiettivi dell'Ue sul Green Deal, ma le imprese devono essere messe nelle condizioni di arrivare ai target senza perdere competitività, la transizione ecologica non può indebolirci in un momento cruciale per la ripresa, usciamo da due anni di cali dei fatturati e ancora non siamo tornati ai livelli pre-pandemia», sottolinea Dario Previero, presidente di Amaplast, la Confindustria dei costruttori di macchine plastica e gomma (346 imprese, 13mila addetti e 3,6 miliardi di fatturato, per il 76% export) inaugurando pochi giorni fa l'assemblea annuale dedicata proprio al tema della sostenibilità.

I desiderata dei grandi produttori di beni di largo consumo sono irrealizzabili allo stato attuale, ancora più ambiziosi dei paletti fissati dall'Ue (direttiva Sup sulle plastiche monouso che dalla scorsa estate ha bandito piatti, posate, cannucce, cotton fioc) di arrivare al 25% di riciclato nelle bottiglie in plastica entro il 2025 e al 30% nel 2030. Unilever, che oggi usa 700mila tonnellate di imballaggi plastici l'anno, ha annunciato di voler dimezzare l'uso di plastica vergine entro il 2025, passando a quella riciclata; McDonald's Italia a fine anno arriverà a eliminare al 100% la plastica usando solo carta e cartone riciclati; Coca-Cola come Nestlé e Ferrero punta a confezioni di plastica 100% riciclabili entro il 2025 e bottiglie al 50% in materiale riciclato; sulla stessa lunghezza d'onda il settore automotive (che consuma il 10% della plastica europea, primo utilizzatore è il packaging con il 40%), da Volvo a Volkswagen l'obiettivo è sostituire con materiale riciclato un quarto della plastica utilizzata nelle auto. «Non abbiamo materiale sufficiente da post consumo per arrivare ai volumi di plastica riciclata che chiede il mercato - avverte Previero -, le resine che possono essere riutilizzate facilmente (come PET e PP) hanno ormai prezzi fuori controllo e mancano le norme per le plastiche riciclate destinate a entrare in contatto con gli alimenti, come la maggior parte del packaging».

I problemi non sono quindi dal lato delle tecnologie, anzi, la sfida

innovativa per settare le macchine packaging su polimeri riciclati e biopolimeri con diverse prestazioni avvantaggia le piccole e medie aziende italiane più flessibili e reattive dei grandi costruttori esteri, mentre è in salita il cammino per la filiera della trasformazione. A cominciare dalla plastic tax che entrerà in vigore il prossimo 1° gennaio 2022, «e farà aumentare ulteriormente i costi, un'accisa mascherata sui prodotti di largo consumo che ricadrà su migliaia di imprese e quindi sui consumatori», rimarca il direttore di Federazione Gomma Plastica, Federico Barilli, che rappresenta un settore dove operano (dati Plastic Consult) 11mila imprese per 150mila addetti e 30 miliardi di euro di fatturato.

Il punto cruciale oggi è sfruttare bene i 2,5 miliardi di euro del Pnrr dedicati all'economia circolare per passare dalle parole ai fatti quando si parla di plastica e stimolare tutti gli anelli della filiera nell'accelerazione green, da chi progetta il prodotto (ecodesign), a chi recupera materiali dai rifiuti, agli impianti di trattamento, selezione e riciclo (ne servono di più) fino a chi utilizza materia prima seconda al posto di quella vergine, sottolinea Assorimap, l'associazione nazionale dei riciclatori e rigeneratori di plastiche, che chiede di portare dal 30 al 50% l'obbligo di contenuto di riciclato negli imballaggi monouso.

L'Italia, a dispetto dei luoghi comuni, è leader nel riciclo di imballaggi in Europa e solo per gli scarti in plastica non ha già rag-

giunto il traguardo del 50% fissato dall'Ue entro il 2025 (è al 48,7%, ma il Paese resta anche il primo consumatore di bottiglie in plastica, 11 miliardi di bottiglie immesse al consumo in un anno) «e siamo anche il primo Paese al mondo a essersi dotato di un consorzio per il riciclo degli imballi in bioplastica», sottolinea Marco Versari,

presidente del neocostituito Biorepack, settimo consorzio della rete Conai, nonché Public affairs manager di Novamont, pioniere delle bioplastiche con il brevetto Mater-Bi. La bioplastica non è però la risposta ai problemi del pianeta, ma una soluzione sostenibile che oggi vale 110mila tonnellate contro i 2,3 milioni di plastica tra-

dizionale raccolta in un anno da Corepla, in grado di crescere di 10% l'anno da qui al 2025. E bioplastica non significa necessariamente biodegradabile, bensì polimero derivato da trasformazioni di prodotti agricoli invece che da idrocarburi, ma un 40% non è e non sarà biodegradabile, va comunque raccolto e differenziato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Unilever ha annunciato di voler dimezzare l'uso di plastica vergine, McDonald's punta solo sulla carta



Verso una seconda vita. Cumuli di bottiglie di plastica destinate al riciclo

