

## GENI DI LOMBARDIA/ MOVOPACK

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901  
Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

# «Il segreto della sostenibilità? Inventare pacchi-spedizione riutilizzabili fino a 20 volte»

La startup scardina il principio dell'imballaggio che finisce nel cestino  
Si risparmiano l'84% delle emissioni di CO2 e l'80% di consumi energetici

**DINO BONDAVALLI**

■ Che l'idea sia di quelle destinate a rivoluzionare il modo in cui gestiamo i packaging dei nostri acquisti online lo dimostra il fatto che, in pochi anni, i suoi imballaggi abbiano già conquistato mezza Europa. Il modello sviluppato da Movopack, startup milanese che utilizzando bottiglie di plastica riciclata (rPET) e polipropilene riciclato intrecciato (rPP) è riuscita a realizzare packaging riutilizzabili fino a venti volte, punta infatti a scardinare una delle logiche più consolidate dell'e-commerce: quella dell'imballaggio monouso, destinato a finire nel cestino pochi minuti dopo essere arrivato a casa.

Il principio è tanto semplice quanto ambizioso. Il consumatore riceve il prodotto, apre il pacco e, una volta entrato in possesso del contenuto, può richiuderlo e restituirlo imbucandolo in una normale cassetta postale oppure riconsegnandolo direttamente in negozio, ottenendo incentivi o sconti sui successivi acquisti. Da lì il packaging viene recuperato, pulito, ricondizionato e rimesso in circolo per una nuova spedizione. Una soluzione che ha trovato terreno fertile in un settore che utilizza ogni anno miliardi di imballaggi usa e getta e che oggi è sempre più chiamato a confrontarsi con gli obiettivi di sostenibilità. Secondo i dati dell'azienda,

il sistema consente di ridurre fino all'84% le emissioni di CO2, dell'80% i consumi energetici e del 76% quelli idrici rispetto agli imballaggi tradizionali. Dietro il progetto c'è la storia personale di Tomaso Torriani, ingegnere gestionale che prima di approdare all'imprenditoria ha costruito il proprio percorso nel mondo della finanza sostenibile. «Dopo la laurea ho iniziato a lavorare in un fondo di investimento che investiva in società con impatto ambientale positivo», racconta. «Lì ho avuto visibilità su come la sostenibilità stesse cambiando il mondo industriale e ho iniziato a maturare l'idea del packaging riutilizzabile». L'intuizione prende forma tra le aule della Columbia Business School di New York, dove Torriani decide di trasformare quell'idea in un progetto imprenditoriale. È così che nel 2021 fonda Movopack insieme ad Alberto Cisco e Andrea Cipollone.

«L'obiettivo era creare qualcosa che fosse sostenibile ma anche credibile per i brand, perché l'imballaggio è la prima interazione fisica tra un'azienda e il consumatore». Il mercato risponde rapidamente. Tra i primi clienti arrivano R5 Living, Yamamay e Decathlon. Oggi alla lista si sono aggiunti altri grandi marchi come OVS, mentre l'azienda — con un team di 18 persone — gestisce già volumi nell'ordine di milioni di pac-

chi all'anno.

Nel frattempo la crescita ha rapidamente superato i confini italiani. Movopack ha aperto una presenza diretta nel Regno Unito e considera oggi UK e Francia i mercati prioritari per la propria espansione. Serve, inoltre, clienti in Spagna, Portogallo e in altri Paesi europei. La rete logistica si appoggia a partnership con alcuni dei principali operatori postali del continente, da Royal Mail a Deutsche Post fino a La Poste, consentendo ai consumatori di restituire gli imballaggi praticamente in qualsiasi parte d'Europa. Ma il progetto non si ferma all'e-commerce. Dopo essere partita dal mondo delle spedizioni online, l'azienda ha guardato al retail fisico. «Ci siamo resi conto che anche il mondo dei negozi genera uno spreco enorme: un sacchetto ha una vita media di appena dodici minuti», sottolinea Torriani. Da qui la scelta di costruire un modello omnicanale, nel quale l'esperienza del consumatore rimanga coerente tra digitale e negozio fisico. Nel caso di OVS, ad esempio, chi restituisce il packaging in negozio riceve uno sconto del 10%, creando un meccanismo che riporta traffico dai canali online ai punti vendita. La vera partita però si giocherà nei prossimi anni. «L'obiettivo al 2030 è diventare leader europeo nel settore del reusable packaging e arrivare a gestire un miliardo di



imballaggi all'anno», spiega Torriani. Un traguardo ambizioso che potrebbe ricevere una spinta decisiva dalle nuove regole europee sugli imballaggi riutilizzabili. Perché se fino a ieri il packaging era semplicemente un costo necessario da smaltire, nei prossimi anni potrebbe trasformarsi in qualcosa di molto diverso: una nuova infrastruttura industriale capace di generare valore, ridurre sprechi e cambiare il modo stesso in cui compriamo e consumiamo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Un esempio del packaging riutilizzabile di Movopack