



**RASSEGNA
STAMPA
ALPLA
2021**

Polimerica

Attualità e notizie dal mondo della plastica

HOT TOPIC |

Plastmeccanica

Direttiva
SUP

Unigasket

bioplastiche

Alpla

ENI

Netstal

Fuori di
Design

Multivac

cerca

area riservata

HOME

FINANZA E MERCATI

TECNOLOGIE

MATERIE PRIME

AMBIENTE

RICERCA E FORMAZIONE

APPUNTAMENTI

+VOCI

BLOG

In questa sezione: [Riciclo](#) • [Bioplastiche](#) • [Legislazione](#)

In Prima Pagina



avore

Ashland cede gli adesivi ad
ArkemaBob Patel alla guida
Grace

Campagna Alpla a favore della plastica

“La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica” partirà con un sondaggio e la presenza sui principali canali social.

1 settembre 2021 11:31

Il produttore di imballaggi **Alpla** ha lanciato oggi nel nostro paese la campagna “**La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica**” volta ad indagare la percezione dei consumatori sui temi ambientali e sfatare **luoghi comuni** e **falsi miti** che riguardano uno dei materiali maggiormente impiegati nel packaging, settore oggi in fase di profonda trasformazione.



“L’obiettivo - si legge nella presentazione del progetto - è aumentare il grado di **conoscenza** che i consumatori hanno dei materiali plastici, attraverso una **campagna informativa** che li renda consapevoli di come e quanto essi siano evoluti negli ultimi anni”.

La prima iniziativa avrà come protagonista il consumatore. Con il supporto di una società specializzata in ricerche di mercato, verrà infatti condotto un **sondaggio** su un campione rappresentativo, volto ad approfondire il livello di **conoscenza** dei temi legati al mondo della plastica, le principali **abitudini** comportamentali degli utenti e il grado di sensibilità su temi chiave come riciclo, economia circolare e sostenibilità. I risultati dell’indagine verranno resi noti entro la fine dell’anno.

Successivamente, la campagna “La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica” si articolerà su un percorso di **comunicazione** volto a stimolare la discussione sui temi legati a questo materiale e alla sua sostenibilità ambientale anche con il supporto di esperti e tecnici del settore. Il tutto supportato dalla presenza sui principali **canali social**: **Facebook**, **Instagram** e **Twitter**.

Anagni ([leggi articolo](#)).

Tra i principali produttori europei di imballaggi in plastica, il gruppo austriaco **Alpla** è presente in **Italia** con 7 impianti, di cui due in-house, dando lavoro a oltre 450 addetti. Con un investimento di 5 milioni di euro, nel 2022 aprirà un nuovo impianto per il riciclaggio del PET ad

LEGGI ANCHE

Da Sabic plastiche riciclate per l'auto

rPET per latticini e cibi pronti

Ashland cede gli adesivi ad Arkema

Scafo stampato in 3D con plastica riciclata

PVC riciclato per le card di BPER

Blister riciclabile in PET

DALLE AZIENDE

Franplast al K2019

Franplast sempre attiva sul campo

Plast.Ex Plastic Excellence:
stampaggio scientifico a bordo-linea [altri comunicati aziende »](#)

SEGUICI SUI SOCIAL



A livello **internazionale** è presente con 178 stabilimenti in 45 paesi, dove occupa complessivamente 21.600 addetti nella produzione di bottiglie, tappi, contenitori e componenti in plastica. Possiede inoltre centri per il riciclo di PET e HDPE in Austria, Polonia e Spagna e alcune joint-venture in Messico e Germania.

© Polimerica - Riproduzione riservata

Numero di letture: 83

Alpla Imballaggio Riciclo

Condividi questo articolo su Stampa questo articolo

PLASTICFINDER
Motore di scambio di risorse plastiche

Compound PA6-
GF15
Durethan BKV
115

Compound PE
100 NERO
HE3490LS
1,75 €/Kg

Compound PBT-
GF10 FR
CRASTIN T841
FR BK851

SCHEDE AZIENDE

AMPACET
Plastics Reimagineo

Ampacet Distribution Italy

Con 25
siti



Via dell'Industria, 195 - 20020 Busto Garolfo (MI)
Tel: +39 0331 566 722 - Fax: +39 0331 566 309
Web: <http://www.ampacet.com> - Email:
marketing.europe@ampacet.com

Since 1950
Union
OFFICINE MECCANICHE

UNION OFFICINE MECCANICHE Spa

Fondata
nel 1950,
Union
Officine



Via I Maggio, 12/14 - 20028 San Vittore Olona (MI)
Tel: +39 0331 519300 - Fax: +39 0331 518370
Web: www.unionextrusion.it/ - Email: info@unionextrusion.it

PLASTICFINDER
Motore di scambio di risorse plastiche

PlasticFinder srl

PlasticFinder è una innovativa **piattaforma web** per lo scambio di polimeri, additivi e masterbatch - in particolare **slow moving, seconde scelte e materia prima inutilizzata** - dedicata a produttori, distributori e trasformatori che possono re-immettere sul mercato le

Via F. de Sanctis, 74 - 20141 Milano (MI)
Tel: +39 02.21118692
Web: www.plasticfinder.it/ - Email: info@plasticfinder.it

OPENMOULD

International World Wide Consulting AG

Open Mould
nasce da una
forte esigenza di
mercato di



Via Emilio Bossi, 1 - 16900 Lugano (Lugano)
Tel: +39 348 2519687
Web: www.openmould.com/ - Email: info@openmould.com

[Home](#) > [AMBIENTE](#)

AMBIENTE

La plastica è cambiata. Cambia idea sulla plastica

By  **Cinzia** 1 Settembre 2021 204  0

PlasticaCambia_welcome

Luoghi comuni e falsi miti: una campagna alla scoperta della plastica

Al via un'indagine per comprendere quale sia la percezione dei consumatori nei confronti della plastica, le principali abitudini comportamentali, la sensibilità e la conoscenza della sua evoluzione in termini di **economia circolare e sostenibilità**.

La plastica e la campagna formativa

Parte oggi la prima iniziativa di un'importante e articolata campagna dedicata ad approfondire i temi che riguardano il **mondo della plastica**. L'obiettivo è quello di aumentare il grado di conoscenza che i consumatori hanno dei **materiali plastici**, attraverso una campagna informativa che li renda consapevoli di come e quanto essi siano evoluti negli ultimi anni. Sono infatti molteplici gli sforzi e la continua ricerca che le aziende produttrici di **imballaggi plastici** stanno mettendo in campo, con l'introduzione di materiali innovativi a **basso impatto ambientale**, politiche improntate alla circolarità, tecnologie produttive sempre più green e **manufacturing practices di sostenibilità**.

La plastica e il consumatore

Questo cambiamento sostanziale lo si deve al consumatore, che ricopre un ruolo centrale in quanto fruitore per eccellenza degli imballaggi plastici. Negli ultimi anni il suo comportamento di acquisto è radicalmente mutato e, anche se dimostra di essere sempre legato al suo brand di riferimento, egli si aspetta che la propria fiducia di acquisto venga ricambiata da una trasparenza e un livello di attenzione che il produttore deve dimostrargli rispetto al tipo, all'origine e all'utilizzo che viene fatto dei materiali lungo tutta la filiera, compresa quella del riciclo.

È dunque naturale che il primo step della campagna "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica" abbia

Utilizziamo i cookie per essere sicuri che tu possa avere la migliore esperienza sul nostro sito. Se continui ad utilizzare questo sito noi assumiamo che tu ne sia felice. [Accetto](#) [Leggi di più](#)

quali siano le principali abitudini comportamentali degli utenti e il livello di sensibilità in riferimento ai temi del riciclo, dell'economia circolare e, quindi, della sostenibilità.

I risultati di questa indagine offriranno una fotografia della situazione attuale alla luce della crescente maturità globale rispetto ai temi della sostenibilità, della produzione etica e dell'impegno sociale e governativo.

La plastica e la sostenibilità ambientale

La survey di cui abbiamo precedentemente parlato (i cui risultati verranno resi noti entro la fine dell'anno) è solo il primo passo. La campagna "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica" si articolerà infatti lungo un percorso di comunicazione, volto a stimolare la discussione sui temi legati a questo materiale e alla sua sostenibilità ambientale anche con il supporto di esperti e tecnici del settore.

La campagna potrà essere seguita attraverso i seguenti canali:

- Facebook: <https://www.facebook.com/laplasticaecambiata>
- Instagram: <https://www.instagram.com/laplasticaecambiata/>
- Twitter: <https://twitter.com/plasticambia>

PlasticaCambia_campagna

Per altre notizie relative al tema Ambiente [Dietro la Notizia](#)

SCHEDE AZIENDE E PRODOTTI



ULTIMO NUMERO

ARCHIVIO

NOTIZIE

MEDIA KIT

CONTATTI

SCHEDE

Alpla: una campagna per conoscere la plastica



03.09.2021



campagna informativa che li renda consapevoli di come e quanto essi siano evoluti negli ultimi anni. Sono infatti la continua ricerca che le aziende produttrici di imballaggi plastici stanno mettendo in campo, con l'introduzione a basso impatto ambientale, politiche improntate alla circolarità, tecnologie produttive sempre più green e maggiore sostenibilità.

Driver di questi cambiamenti è sicuramente il consumatore, che influenza le scelte e gli sviluppi su cui i produttori e i costruttori di macchine dall'altro necessitano di focalizzarsi per offrire risposte concrete e sempre più innovative. La vita dell'imballaggio improntato alla sostenibilità e circolarità. È un dato di fatto che, accanto alle linee di produzione più frequente trovare all'interno delle aziende macchine e impianti per il recupero e il riciclo dei materiali.

È dunque naturale che il primo step della campagna "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica" abbia il consumatore. A tal proposito verrà condotta una survey su un campione statistico rappresentativo, volta ad approfondire il livello di conoscenza dei temi legati al mondo della plastica, quali siano le principali abitudini comportamentali di sensibilità in riferimento ai temi del riciclo, dell'economia circolare e, quindi, della sostenibilità. I risultati di questa indagine saranno una fotografia della situazione attuale alla luce della crescente maturità globale rispetto ai temi della sostenibilità etica e dell'impegno sociale e governativo.

Come ha posto in luce la ricerca "The pandemic is heightening environmental awareness" realizzata da Boston Consulting Group nel luglio 2020, la pandemia di Covid-19 che ha colpito indistintamente tutto il mondo forzandolo al lockdown, ha avuto alcuni connotati positivi, quali una riflessione generale sulle sorti del nostro Pianeta e su quanto sia urgente la situazione sempre più critica a livello climatico. Ciò pone in discussione non solo molti comportamenti, ma anche il rispetto alla produzione e all'utilizzo della plastica, rendendo l'iniziativa "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica" attuale.



Conoscere significa anche trovare i rimedi più corretti, poiché non si può certamente trascurare che l'impatto del packaging giocano non è limitato solamente alla sfera delle nostre abitudini di consumo quotidiane, bensì incide



Si tratta di una filiera industriale tra le più importanti in assoluto in termini sia economici che tecnologici, una vera e propria "macchina" che occupa 162mila addetti in 10mila imprese attive (il 22% delle imprese europee) per un totale 32 miliardi di fatturato (Federazione Gomma Plastica). Comprendere in che modo questo settore si sia trasformato negli anni per offrire prodotti performanti e al tempo stesso sostenibili e riciclabili, rappresenta un fondamentale passo in avanti per capire il futuro del settore e giocare e continuerà ancora a giocare.

Il processo di sviluppo sociale ed economico degli ultimi decenni ha senza dubbio tratto giovamento dalla tecnologia, dai materiali e dai processi produttivi che sono evoluti di pari passo con le esigenze di usabilità, praticità e sostenibilità che il mercato ha via via richiesto.

La survey di cui abbiamo precedentemente parlato (i cui risultati verranno resi noti entro la fine dell'anno) è solo l'inizio di una campagna "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica" si articolerà infatti lungo un percorso di comunicazione per stimolare la discussione sui temi legati a questo materiale e alla sua sostenibilità ambientale anche con il supporto del settore.

La campagna potrà essere seguita attraverso i seguenti canali:

- Facebook: <https://www.facebook.com/laplasticaecambiata>
- Instagram: <https://www.instagram.com/laplasticaecambiata/>
- Twitter: <https://twitter.com/plasticambia>



Unigasket conquista il Nord Europa

Lanxess presenta due nuovi prodotti low-free





ATTUALITÀ

ARTE & CULTURA

IN PRIMA PERSONA

BENESSERE



IN VIAGGIO

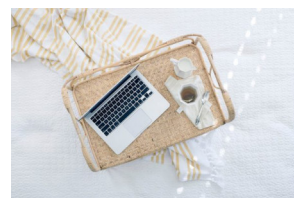
SPORT

RUBRICHE & BLOG

AMBIENTE, ECONOMIA & LAVORO

LA PLASTICA È CAMBIATA, CAMBIA IDEA SULLA PLASTICA

4 SETTEMBRE 2021

GRAZIE DI
ESSERE QUI

Vi racconteremo il mondo in punta di penna, con delicatezza. Perché si può dire tutto, dipende sempre come lo si dice. Noi scegliamo la gentilezza. E voi?

Cristina
Colombera

Luoghi comuni e falsi miti: una campagna alla scoperta della plastica. Al via un'indagine per comprendere quale sia la percezione dei consumatori nei confronti della plastica, le principali abitudini comportamentali, la sensibilità e la conoscenza della sua evoluzione in termini di economia circolare e sostenibilità.



È partita il 1° settembre la prima iniziativa di un'importante e articolata campagna dedicata ad approfondire i temi che riguardano il mondo della plastica.

L'obiettivo è quello di **aumentare il grado di conoscenza che i consumatori hanno dei materiali plastici**, attraverso una campagna informativa che li renda consapevoli di come e quanto essi siano evoluti negli ultimi anni.

Sono infatti molteplici gli sforzi e la continua ricerca che le aziende produttrici di imballaggi plastici stanno mettendo in campo, con l'introduzione di materiali innovativi a basso impatto ambientale, politiche improntate alla circolarità, tecnologie produttive sempre più green e manufacturing practices di sostenibilità.

Questo cambiamento sostanziale lo si deve al consumatore, che ricopre un ruolo centrale in quanto fruitore per eccellenza degli imballaggi plastici. Negli ultimi anni il suo comportamento di acquisto è radicalmente mutato e, anche se dimostra di essere sempre legato al suo brand di riferimento, si aspetta che la propria fiducia di acquisto venga ricambiata da una trasparenza e un livello di attenzione che il produttore deve dimostrargli rispetto al tipo, all'origine e all'utilizzo che viene fatto dei materiali lungo tutta la filiera, compresa quella del riciclo.

È dunque naturale che il primo step della campagna **"La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica"** abbia come protagonista il consumatore. A tal proposito verrà condotta una survey su un campione statistico rappresentativo, volta ad approfondire quale sia il livello di conoscenza dei temi legati al mondo della plastica, quali siano le principali abitudini comportamentali degli utenti e il livello di sensibilità in riferimento ai temi del riciclo, dell'economia circolare e, quindi, della sostenibilità. I risultati di questa indagine offriranno una fotografia della situazione attuale alla luce della crescente maturità globale rispetto ai temi della sostenibilità, della produzione etica e dell'impegno sociale e governativo.

Come ha posto in luce la ricerca *"The pandemic is heightening environmental awareness"* realizzata da Boston Consulting Group nel luglio 2020, la pandemia di Covid-19 che ha colpito



Rimango
ottimista.
Non che io
possa
fornire
qualsiasi
evidenza
del fatto
che il bene
vincerà,
ma per via
della mia
fiducia
incrollabile
nel fatto
che il bene
deve
vincere,
alla fine.

Mahatma
Gandhi

POST IN
EVIDENZA



La Ba



indistintamente tutto il mondo forzandolo al lockdown ha portato con sé anche alcuni connotati positivi, quali una riflessione generale sulle sorti del nostro Pianeta e su quanto sia urgente porre rimedio a una situazione sempre più critica a livello climatico. Ciò pone in discussione non solo molti comportamenti, ma anche alcuni pregiudizi rispetto alla produzione e all'utilizzo della plastica, rendendo l'iniziativa ***“La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica”*** più che mai attuale.



Conoscere significa anche trovare i rimedi più corretti, poiché non si può certamente trascurare che l'impatto che i materiali per il packaging giocano non è limitato solamente alla sfera delle nostre abitudini di consumo quotidiane, bensì incide anche su una consistente quota della nostra economia nazionale. L'Italia è infatti tra i principali produttori mondiali di macchine e tecnologie in ambito di confezionamento e imballaggio, di impianti per la produzione di manufatti in plastica, nonché di articoli e imballaggi plastici. Si tratta di una filiera industriale tra le più importanti in assoluto in termini sia economici sia tecnologici, una vera e propria eccellenza che occupa 162mila addetti in 10mila imprese attive (il 22% delle imprese europee) per un totale 32 miliardi di fatturato annuo (fonte: Federazione Gomma Plastica).

Comprendere in che modo questo settore si sia trasformato negli anni per offrire soluzioni più pratiche, performanti e al tempo stesso sostenibili e riciclabili, rappresenta un fondamentale passo in avanti per capire il ruolo che la plastica ha giocato e continuerà ancora a giocare. Il processo di sviluppo sociale ed economico degli ultimi decenni ha senza dubbio tratto giovamento dalla plastica, ovvero

dalle tecnologie, dai materiali e dai processi produttivi che sono evoluti di pari passo con le esigenze di usabilità, praticità, igiene e sostenibilità che il mercato ha via via richiesto.

La campagna **“La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica”** si articolerà lungo un percorso di comunicazione, volto a stimolare la discussione sui temi legati a questo materiale e alla sua sostenibilità ambientale anche con il supporto di esperti e tecnici del settore e si potrà seguire attraverso Facebook, Instagram, Twitter

“La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica” è un progetto che nasce con l'obiettivo di sfatare i luoghi comuni sulla plastica e portare a conoscenza di come la ricerca e sviluppo e l'applicazione di best practices di economia circolare stiano sostanzialmente cambiando l'impatto che questo materiale ha sull'ambiente. Alla base del progetto vi è la consapevolezza di come un uso sostenibile ed ecologicamente consapevole delle risorse, in questo caso della plastica e degli imballaggi plastici, che negli anni si sono evoluti a livello di materiali e tecnologie produttive, costituisca il fondamento per assicurare che le generazioni future possano vivere in un ambiente sano e sempre più evoluto dal punto di vista del benessere sociale e individuale.

♥ 1 LIKE · 4 MINS READ · 134 VIEWS



« PREVIOUS POST

Tulipania, la
raccolta delle
zucche più bella
d'Italia

NEXT POST »

Al via il concorso
per giovani
traduttori dell'UE

LEAVE A REPLY

Imbottigliamento

[AREA BIRRA](#) [IMPIANTI](#) [BEVANDE](#) [PRODOTTI](#) [EXPORT](#) [SOSTENIBILITÀ](#) [PACKAGING & DESIGN](#)

[Home](#) > [Sostenibilità](#) > "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica"

Sostenibilità

"La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica"

Paola Pagani 7 settembre 2021

È partita la prima iniziativa di un'importante e articolata campagna **"La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica"** dedicata ad approfondire i temi che riguardano il mondo della plastica. L'obiettivo è quello di aumentare il grado di conoscenza che i consumatori hanno dei materiali plastici, attraverso una campagna informativa che li renda consapevoli di come e quanto essi siano evoluti negli ultimi anni. Sono infatti molteplici gli sforzi e la continua ricerca che le aziende produttrici di imballaggi plastici stanno mettendo in campo, con l'introduzione di materiali innovativi a basso impatto ambientale, politiche improntate alla circolarità, tecnologie produttive sempre più green e manufacturing practices di sostenibilità.



Driver di questi cambiamenti è sicuramente il consumatore, che influenza le scelte e gli sviluppi su cui i produttori di materiali da un lato e i costruttori di macchine dall'altro necessitano di focalizzarsi per offrire risposte concrete e sempre più in linea con un

LEGGI LA RIVISTA



n.6 - Settembre 2021



n.5 - Giugno 2021



n.4 - Maggio 2021

[Edicola Web](#)

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER



ciclo di vita dell'imballaggio improntato alla sostenibilità e circolarità. È un dato di fatto che, accanto alle linee di produzione, oggi è sempre più frequente trovare all'interno delle aziende macchine e impianti per il recupero e il riciclo dei materiali.

È dunque naturale che il primo step della campagna "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica" abbia come protagonista il consumatore. A tal proposito verrà condotta una survey su un campione statistico rappresentativo, volta ad approfondire quale sia il livello di conoscenza dei temi legati al mondo della plastica, quali siano le principali abitudini comportamentali degli utenti e il livello di sensibilità in riferimento ai temi del riciclo, dell'economia circolare e, quindi, della sostenibilità. I risultati di questa indagine offriranno una fotografia della situazione attuale alla luce della crescente maturità globale rispetto ai temi della sostenibilità, della produzione etica e dell'impegno sociale e governativo.

Come ha posto in luce la ricerca "*The pandemic is heightening environmental awareness*" realizzata da Boston Consulting Group nel luglio 2020, la pandemia di Covid-19 che ha colpito indistintamente tutto il mondo forzandolo al lockdown, ha portato con sé anche alcuni connotati positivi, quali una riflessione generale sulle sorti del nostro Pianeta e su quanto sia urgente porre rimedio a una situazione sempre più critica a livello climatico. Ciò pone in discussione non solo molti comportamenti, ma anche alcuni pregiudizi rispetto alla produzione e all'utilizzo della plastica, rendendo l'iniziativa "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica" più che mai attuale.

Conoscere significa anche trovare i rimedi più corretti, poiché non si può certamente trascurare che l'impatto che i materiali per il packaging giocano non è limitato solamente alla sfera delle nostre abitudini di consumo quotidiane, bensì incide anche su una consistente quota della nostra economia nazionale. L'Italia è infatti tra i principali produttori mondiali di macchine e tecnologie in ambito di confezionamento e imballaggio, di impianti per la produzione di manufatti in plastica, nonché di articoli e imballaggi plastici. Si tratta di una filiera industriale tra le più importanti in assoluto in termini sia economici che tecnologici, una vera e propria eccellenza che occupa 162mila addetti in 10mila imprese attive (il 22% delle imprese europee) per un totale 32 miliardi di fatturato annuo (fonte: Federazione Gomma Plastica). Comprendere in che modo questo settore si sia trasformato negli anni per offrire soluzioni più pratiche, performanti e al tempo stesso sostenibili e riciclabili, rappresenta un fondamentale passo in avanti per capire il ruolo che la plastica ha giocato e continuerà ancora a giocare.

Il processo di sviluppo sociale ed economico degli ultimi decenni ha senza dubbio tratto giovamento dalla plastica, ovvero dalle tecnologie, dai materiali e dai processi produttivi che sono evoluti di pari passo con le esigenze di usabilità, praticità, igiene e sostenibilità che il mercato ha via via richiesto.

La survey (i cui risultati verranno resi noti entro la fine dell'anno) è solo il primo passo. La campagna "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica" si articolerà infatti lungo un percorso di comunicazione, volto a stimolare la discussione sui temi legati a questo materiale e alla sua sostenibilità ambientale anche con il supporto di esperti e tecnici del settore.

"La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica" è un progetto supportato da **Alpla**, tra i principali produttori mondiali di imballaggi in plastica innovativi.



CONOSCERE LA PLASTICA, TRA LUOGHI COMUNI E FALSI MITI

Conoscere la plastica, tra luoghi comuni e falsi miti

8 Settembre 2021

È partita in questi giorni "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica", iniziativa dedicata ad approfondire i temi che riguardano il mondo della plastica. L'obiettivo è quello di aumentare il grado di conoscenza che i consumatori hanno dei materiali plastici, attraverso una campagna informativa che li renda consapevoli di come e quanto essi si siano evoluti negli ultimi anni.

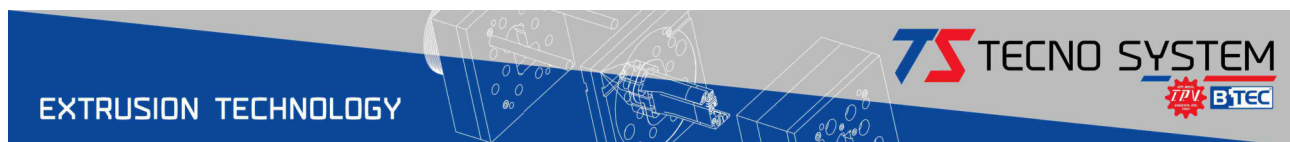
Il primo step della campagna, supportata da Alpla, tra i principali produttori mondiali di imballaggi in plastica, ha come protagonista il consumatore. Verrà condotta una survey su un campione statistico rappresentativo, volta ad approfondire quale sia il livello di conoscenza dei temi legati al mondo della plastica, quali siano le principali abitudini comportamentali degli utenti e il livello di sensibilità in riferimento ai temi del riciclo, dell'economia circolare e della sostenibilità. I risultati di questa indagine offriranno una fotografia della situazione attuale alla luce della crescente maturità globale rispetto ai temi della sostenibilità, della produzione etica e dell'impegno sociale e governativo.

Come ha posto in luce la ricerca "The pandemic is heightening environmental awareness" realizzata da Boston Consulting Group nel luglio 2020, la pandemia di Covid-19 ha portato con sé anche alcuni connotati positivi, quali una riflessione generale sulle sorti del nostro Pianeta e su quanto sia urgente porre rimedio a una situazione sempre più critica a livello climatico. Ciò pone in discussione non solo molti comportamenti, ma anche alcuni pregiudizi rispetto alla produzione e all'utilizzo della plastica, rendendo l'iniziativa più che mai attuale.

La campagna "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica" si articolerà infatti lungo un percorso di comunicazione, volto a stimolare la discussione sui temi legati a questo materiale e alla sua sostenibilità ambientale anche con il supporto di esperti e tecnici del settore.

La campagna potrà essere seguita attraverso i seguenti canali:

[CONOSCERE LA PLASTICA, TRA LUOGHI COMUNI E FALSI MITI]



HOME

MARKETING

AMBIENTE

TECNOLOGIA

MATERIALI

FIERE E CONVEGNI



AMBIENTE mercoledì, 8 settembre 2021

La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica



Partita in questi giorni, "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica" è una campagna di informazione che intende approfondire i temi che riguardano il mondo della plastica a tutto tondo. Lo scopo dell'iniziativa, supportata da Alpla, uno dei principali produttori al mondo di imballaggi in plastica, è quello di aumentare il livello di conoscenza dei consumatori in merito ai materiali plastici, per renderli consapevoli di come e quanto questi ultimi si siano evoluti negli ultimi anni. Sono infatti molteplici gli sforzi e la continua ricerca che le aziende produttrici di materiali, macchine e imballaggi e manufatti plastici stanno mettendo in campo, con l'introduzione di politiche improntate alla circolarità, polimeri innovativi a basso impatto ambientale e tecnologie e processi sempre più "green".

Alla base di tutto vi è il consumatore, che influenza le scelte e gli sviluppi su cui i produttori di materiali da un lato e i trasformatori dall'altro, passando per i costruttori di macchine, si focalizzano per offrire risposte concrete e sempre più in linea con un ciclo di vita dell'imballaggio improntato a sostenibilità e circolarità. Accanto alle linee di produzione oggi è sempre più frequente trovare macchine e impianti per il recupero e il



Notizie più lette



riciclo dei materiali. Il consumatore sarà quindi il protagonista della prima fase della campagna attraverso un'indagine su un campione statistico rappresentativo, volta ad approfondire quali sono il livello di conoscenza dei temi legati al mondo della plastica, le principali abitudini degli utenti e il livello di sensibilità in riferimento ai temi del riciclo, della sostenibilità e dell'economia circolare. I risultati dell'indagine offriranno una fotografia della situazione attuale alla luce della crescente maturità globale rispetto ai temi della sostenibilità, della produzione etica e dell'impegno sociale e governativo.

A questo proposito, la ricerca "The pandemic is heightening environmental awareness", realizzata da Boston Consulting Group nel luglio 2020, ha messo in luce come la pandemia di Covid-19 abbia portato con sé anche alcuni connotati positivi, quali una riflessione generale sulle sorti del nostro pianeta e su quanto sia urgente porre rimedio a una situazione sempre più critica a livello climatico. Ciò pone in discussione non solo molti comportamenti, ma anche alcuni pregiudizi rispetto alla produzione e all'utilizzo della plastica, rendendo l'iniziativa "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica" più che mai attuale.

Il processo di sviluppo sociale ed economico degli ultimi decenni ha senza dubbio tratto giovamento dalla plastica, ossia dai materiali, dalle tecnologie e dai processi produttivi che si sono evoluti al passo delle esigenze di usabilità, praticità, igiene e sostenibilità che il mercato ha via via richiesto. Per trovare le strade giuste da percorrere per proseguire con i più appropriati sviluppi e porre in essere i rimedi più corretti laddove necessari bisogna conoscere l'argomento e riconoscere che l'impatto che i materiali per il packaging giocano non è limitato solamente alla sfera delle nostre abitudini di consumo quotidiane, bensì incide anche su una consistente quota della nostra economia nazionale.



L'Italia è tra i principali produttori mondiali di macchine e tecnologie per la produzione di imballaggi e manufatti in plastica e per il confezionamento, con una filiera industriale tra le più importanti in assoluto in termini sia economici che tecnologici, vera e propria eccellenza a livello mondiale. Comprendere in che modo questo settore si sia trasformato negli anni per offrire soluzioni più pratiche e performanti e al tempo stesso sostenibili e riciclabili, rappresenta un fondamentale passo in avanti per capire il ruolo che la plastica ha giocato e continuerà ancora a giocare.

La campagna "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica" si articolerà lungo un percorso di comunicazione, volto a stimolare la discussione sui temi legati a questo materiale e alla sua sostenibilità ambientale anche con il supporto di esperti e tecnici del settore.

Tag: Alpia, Riciclo, Economia circolare, Sostenibilità

Condividi: [f](#) [t](#) [in](#) [p](#)

[← Torna Alla Pagina Precedente](#)



AMBIENTE

L'ambiente verso l'inserimento tra i principi fondamentali della Costituzione



TECNOLOGIA

Linee AlphaPET e SmartDuty di Bandera per il mercato europeo dell'imballaggio



MARKETING

Engel e-symposium 2021: conferenze, incontri e tour in azienda al tempo della pandemia



MARKETING

Primo semestre 2021 in crescita per Sirmax

ENGEL
be the first





Delle **RISORSE**,
non si butta niente.

Scopri il nostro modello costruito sull'ottimizzazione.

Produrre



SMART ENGINEERING

categorie

- Vivere
- Salute
- Alimentazione
- Turismo
- Sport
- Cultura
- Sociale
- Acquisti
- Mobilità
- Attualità
- Produrre
- Ambiente
- Agroalimentare
- Edilizia
- Tessile
- Architettura
- Economia
- Energie
- Rinnovabili
- Fossili
- Efficienza

15/09/2021 - 17:54

Economia Case Histories

La plastica e' cambiata

Economia circolare.

Luoghi comuni e falsi miti: una campagna alla scoperta della plastica

Al via un'indagine per comprendere quale sia la percezione dei consumatori nei confronti della plastica, le principali abitudini comportamentali, la sensibilità e la conoscenza della sua evoluzione in termini di circular economy e sostenibilità.





E' partita la prima iniziativa di un'importante e articolata campagna dedicata ad approfondire i temi che riguardano il mondo della plastica.

L'obiettivo è quello di aumentare il grado di conoscenza che i consumatori hanno dei materiali plastici, attraverso una campagna informativa che li renda consapevoli di come e quanto essi siano evoluti negli ultimi anni. Sono infatti molteplici gli sforzi e la continua ricerca che le aziende produttrici di imballaggi plastici stanno mettendo in campo, con l'introduzione di materiali innovativi a basso impatto ambientale, politiche improntate alla circolarità, tecnologie produttive sempre più *green e manufacturing practices* di **sostenibilità**.

Questo cambiamento sostanziale lo si deve al consumatore, che ricopre un ruolo centrale in quanto fruitore per eccellenza degli **imballaggi plastici**. Negli ultimi anni il suo comportamento di acquisto è radicalmente mutato e, anche se dimostra di essere sempre legato al suo brand di riferimento, egli si aspetta che la propria fiducia di acquisto venga ricambiata da una trasparenza e un livello di attenzione che il produttore deve dimostrargli rispetto al tipo, all'origine e all'utilizzo che viene fatto dei materiali lungo tutta la filiera, compresa quella del **riciclo**.

È dunque naturale che il primo step della campagna **"La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica"** abbia come protagonista il consumatore. A tal proposito verrà condotta una **survey** su un campione statistico rappresentativo, volta ad approfondire quale sia il livello di conoscenza dei temi legati al mondo della plastica, quali siano le principali abitudini comportamentali degli utenti e il livello di sensibilità in riferimento ai temi del riciclo, dell'**economia circolare** e, quindi, della sostenibilità. I risultati di questa indagine offriranno una fotografia della situazione attuale alla luce della crescente maturità globale rispetto ai temi della sostenibilità, della produzione etica e dell'impegno sociale e governativo.

Come ha posto in luce la ricerca **"The pandemic is heightening environmental awareness"** realizzata da **Boston Consulting Group** nel

sezioni

- **Risorse**
 - Finanziamenti
 - Normativa
 - Testi utili
- **Expo**
 - Eventi
 - Corsi e seminari
 - Fiere
 - Workshop
- **Lavoro**
 - Offerte di lavoro
 - Formazione
 - Aziende
 - Speciali
 - Case Histories
- **Noi**
 - Chi siamo
 - Partners
 - Contatti

Etichette

- CoReVe.
- company car sharing
- zucca
- salvaguardia dei boschi e della natura
- industria estrattiva e radioterapia
- Federconsumatori
- America
- torte
- transumanza
- Enrico Mattei
- Rete Ferroviaria Italiana
- Economia ecologica
- AG47-Mask®

luglio 2020, la pandemia di Covid-19 che ha colpito indistintamente tutto il mondo forzandolo al **lockdown** ha portato con sé anche alcuni connotati positivi, quali una riflessione generale sulle sorti del nostro Pianeta e su quanto sia urgente porre rimedio a una situazione sempre più critica a livello climatico. Ciò pone in discussione non solo molti comportamenti, ma anche alcuni pregiudizi rispetto alla produzione e all'utilizzo della plastica, rendendo l'iniziativa *"La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica"* più che mai attuale.

Conoscere significa anche trovare i rimedi più corretti, poiché non si può certamente trascurare che l'impatto che i materiali per il **packaging** giocano non è limitato solamente alla sfera delle nostre abitudini di consumo quotidiane, bensì incide anche su una consistente quota della nostra economia nazionale. **L'Italia è infatti tra i principali produttori mondiali di macchine e tecnologie in ambito di confezionamento e imballaggio, di impianti per la produzione di manufatti in plastica, nonché di articoli e imballaggi plastici.** Si tratta di una filiera industriale tra le più importanti in assoluto in termini sia economici che tecnologici, una vera e propria eccellenza che occupa 162mila addetti in 10mila imprese attive (il 22% delle imprese europee) per un totale 32 miliardi di fatturato annuo (fonte: Federazione Gomma Plastica).

Comprendere in che modo questo settore si sia trasformato negli anni per offrire soluzioni più pratiche, performanti e al tempo stesso sostenibili e riciclabili, rappresenta un fondamentale passo in avanti per capire il ruolo che la plastica ha giocato e continuerà ancora a giocare. Il processo di sviluppo sociale ed economico degli ultimi decenni ha senza dubbio tratto giovamento dalla plastica, ovvero dalle tecnologie, dai materiali e dai processi produttivi che sono evoluti di pari passo con le esigenze di usabilità, praticità, igiene e sostenibilità che il mercato ha via via richiesto.

La survey di cui abbiamo precedentemente parlato (i cui risultati verranno resi noti entro la fine dell'anno) è solo il primo passo. La campagna *"La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica"* si articolerà infatti lungo un percorso di comunicazione, volto a stimolare la discussione sui temi legati a questo materiale e alla sua **sostenibilità ambientale** anche con il supporto di esperti e tecnici del settore.

La campagna potrà essere seguita attraverso i seguenti canali:

Facebook: <https://www.facebook.com/laplasticaecambiata>

Instagram: <https://www.instagram.com/laplasticaecambiata/>

Twitter: <https://twitter.com/plasticambia>

La campagna *"La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica"*

"La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica" è un progetto che nasce con l'obiettivo di sfatare i luoghi comuni sulla plastica e portare a

- fauna
- Key wind

conoscenza di come la ricerca e sviluppo e l'applicazione di **best practices di economia circolare** stiano sostanzialmente cambiando l'impatto che questo materiale ha sull'ambiente. Alla base del progetto vi è la consapevolezza di come un uso sostenibile ed ecologicamente consapevole delle risorse, in questo caso della plastica e degli imballaggi plastici, che negli anni si sono evoluti a livello di materiali e tecnologie produttive, costituisca il fondamento per assicurare che le **generazioni future** possano vivere in un ambiente sano e sempre più evoluto dal punto di vista del benessere sociale e individuale.

"La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica" è un progetto supportato da Alpla, tra i principali produttori mondiali di imballaggi in plastica innovativi.

www.laplasticaecambiata.it

ALPLA Group

ALPLA è una delle maggiori aziende globali operanti nel settore degli **imballaggi in plastica**. Circa 21.600 dipendenti in tutto il mondo ogni giorno producono bottiglie, tappi e parti stampate in 178 siti dislocati in 45 paesi diversi. Gli imballaggi di alta qualità prodotti da ALPLA vengono utilizzati in un'ampia gamma di settori: food & beverage, cosmetico, pharma, prodotti per la pulizia, oli per motori e lubrificanti. ALPLA possiede impianti per il riciclaggio di PET e HDPE in Austria, Polonia e Spagna e alcune joint venture in Messico e Germania. Progetti ulteriori sono in fase di avviamento nel resto del mondo.

ALPLA Italia gestisce 7 impianti in tutto il Paese – di cui due inhouse – e impiega oltre 450 dipendenti. Con un investimento di 5 milioni di euro, nel 2022 aprirà un nuovo impianto per il riciclaggio del PET ad Anagni.



SMART ENGINEERING



Andrea Pietrarota

Direttore Responsabile

condividi su



Articoli correlati

ALPLA / Conosci la plastica?

Informare i consumatori per sfatare falsi miti



ALPA Group, tra i produttori mondiali di imballaggi in plastica, sostiene l’iniziativa “La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica”: una campagna informativa per approfondire il mondo dei polimeri. Per iniziare, verrà condotta una survey su un campione statistico rappresentativo di consumatori finali, volta ad approfondire quale sia il livello di conoscenza, le principali abitudini comportamentali degli utenti e il livello di sensibilità riguardo al riciclo, all’economia circolare e alla sostenibilità. D’altronde il settore delle plastiche ha numeri importanti in L’Italia: paese tra i principali produttori mondiali di macchine e tecnologie in ambito di confezionamento, di impianti per la produzione di manufatti e imballaggi in plastica. Una filiera che occupa 162mila addetti in 10mila imprese attive (il 22% delle imprese europee) per un totale 32 miliardi di fatturato annuo.

Questo sito utilizza cookie di funzionalità e cookie analitici, anche di terze parti, per raccogliere informazioni sull'utilizzo del Sito Internet da parte degli utenti. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#). Chiudendo questo banner o accedendo a un qualunque elemento sottostante questo banner acconsenti all'uso dei cookie.

OK

No

Visitali anche su: [in](#) [f](#) [t](#)

Notiziario ambiente energia on-line dal 1999

AL VIA UNA CAMPAGNA SULLA CONOSCENZA DELLA PLASTICA TRA I CONSUMATORI

MILANO 21 MAR, 21/09/2021

Servirà a comprendere quale sia la percezione dei consumatori nei confronti della plastica, le principali abitudini comportamentali, la sensibilità e la conoscenza della sua evoluzione in termini di economia circolare e sostenibilità



Parte la prima iniziativa di un'importante e articolata campagna dal titolo della campagna "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica". L'obiettivo è quello di aumentare il grado di conoscenza che i consumatori hanno dei materiali plastici, attraverso una campagna informativa che li renda consapevoli di come e quanto essi siano evoluti negli ultimi anni. Sono infatti molteplici gli sforzi e la continua ricerca che le aziende produttrici di imballaggi plastici stanno mettendo in campo, con l'introduzione di materiali innovativi a basso impatto ambientale, politiche improntate alla circolarità, tecnologie produttive sempre più green e manufacturing practices di sostenibilità.

Al centro il consumatore

È dunque naturale che il primo step della campagna abbia come protagonista il consumatore. A tal proposito verrà condotta una survey su un campione statistico rappresentativo, volta ad approfondire quale sia il livello di conoscenza dei temi legati al mondo della plastica, quali siano le principali abitudini comportamentali degli utenti e il livello di sensibilità in riferimento ai temi del riciclo, dell'economia circolare e, quindi, della sostenibilità. I risultati di questa indagine offriranno una fotografia della situazione

attuale alla luce della crescente maturità globale rispetto ai temi della sostenibilità, della produzione etica e dell'impegno sociale e governativo.

La leadership industriale italiana

Conoscere significa anche trovare i rimedi più corretti, poiché non si può certamente trascurare che l'impatto che i materiali per il packaging giocano non è limitato solamente alla sfera delle nostre abitudini di consumo quotidiane, bensì incide anche su una consistente quota della nostra economia nazionale. L'Italia è infatti tra i principali produttori mondiali di macchine e tecnologie in ambito di confezionamento e imballaggio, di impianti per la produzione di manufatti in plastica, nonché di articoli e imballaggi plastici. Si tratta di una filiera industriale tra le più importanti in assoluto in termini sia economici che tecnologici, una vera e propria eccellenza che occupa 162mila addetti in 10mila imprese attive (il 22% delle imprese europee) per un totale 32 miliardi di fatturato annuo (fonte: Federazione Gomma Plastica).

La survey, i cui risultati verranno resi noti entro la fine dell'anno, è solo il primo passo. La campagna "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica" si articolerà infatti lungo un percorso di comunicazione, volto a stimolare la discussione sui temi legati a questo materiale e alla sua sostenibilità ambientale anche con il supporto di esperti e tecnici del settore.

La campagna potrà essere seguita attraverso i seguenti canali:

Facebook: <https://www.facebook.com/laplasticaecambiata>

Instagram: <https://www.instagram.com/laplasticaecambiata/>

Twitter: <https://twitter.com/plasticambia>



Imballaggi



Milano

Consumatori

Indagine

Plastica



packmedia.net
webmagazine

HOME PRODOTTI E SOLUZIONI ▾ MERCATO E INDUSTRIA ▾ FIERE ED EVENTI ▾ DESIGN BOX PACK-WEBINAR

ULTIME NOTIZIE Nuove certificazioni ambientali per i COC TOPAS®

Una campagna alla scoperta della plastica



È partita il 1° settembre scorso a Milano la campagna *"La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica"*, un progetto supportato da **Alpla**, tra i principali produttori mondiali di imballaggi in plastica innovativi, volto ad approfondire le tematiche afferenti al settore con l'obiettivo di aumentare il grado di conoscenza dei consumatori.

Il progetto prevede la conduzione di una survey su un campione statistico rappresentativo di consumatori, finalizzata a valutare le competenze, le principali abitudini comportamentali e il livello di sensibilità in riferimento ai temi del riciclo e



PROSSIMI EVENTI

Pharmapack Europe

1 giorno 21 ore da oggi

Plast-Print-Pack Ethiopia

2 giorni 22 ore da oggi

Index

1 settimana 22 ore da oggi

Cerca

dell'economia circolare.

Che la plastica non sia più quella di una volta è un dato oggettivo. Sono infatti numerosi gli sforzi e la continua ricerca delle aziende produttrici di imballaggi plastici tesi a introdurre sul mercato materiali innovativi e tecnologie a basso impatto ambientale, oltre a promuovere politiche e pratiche virtuose improntate alla circolarità.

L'Italia è tra i principali produttori mondiali di macchine e tecnologie in ambito di confezionamento e imballaggio, di impianti per la produzione di manufatti in plastica, nonché di articoli e imballaggi plastici. Si tratta di una filiera industriale tra le più importanti in assoluto in termini sia economici che tecnologici, una vera e propria eccellenza che occupa 162mila addetti in 10mila imprese attive (il 22% delle imprese europee) per un totale 32 miliardi di fatturato annuo (fonte: Federazione Gomma Plastica).

Comprendere in che modo questo settore si sia trasformato negli anni per offrire soluzioni più pratiche, performanti e al tempo stesso sostenibili e riciclabili, significa anche sfatare i luoghi comuni svelando i nuovi traguardi raggiunti da questo materiale a livello di impatto ambientale.

Driver di questi cambiamenti è sicuramente il consumatore, che influenza le scelte e gli sviluppi dei produttori di materiali e dei costruttori di macchine.

La campagna (i cui risultati saranno resi noti entro la fine dell'anno) si articolerà lungo un percorso di comunicazione, volto a stimolare la discussione sui temi legati a questo materiale e alla sua sostenibilità ambientale anche con il supporto di esperti e tecnici del settore e potrà essere seguita attraverso i seguenti canali:

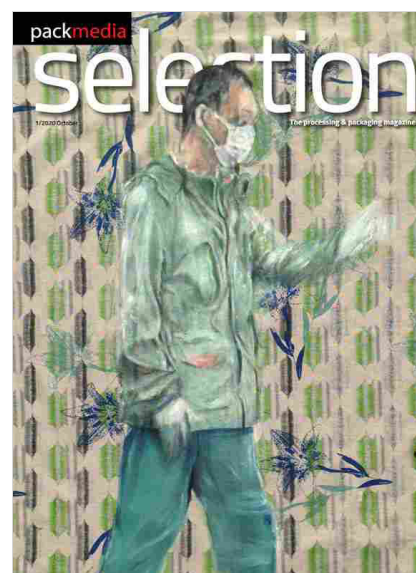
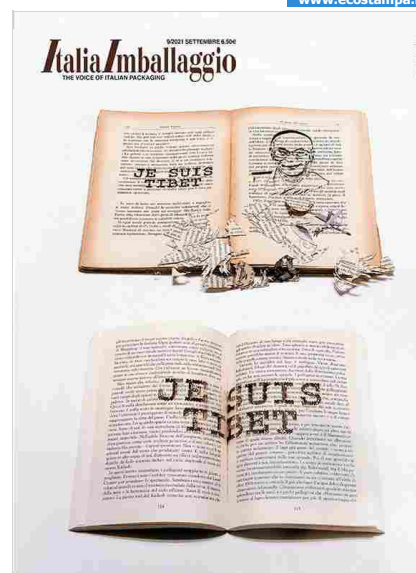


- Facebook: <https://www.facebook.com/laplasticaecambiata>
- Instagram: <https://www.instagram.com/laplasticaecambiata/>
- Twitter: <https://twitter.com/plasticambia>

Il gruppo austriaco **Alpla** è presente in **Italia** con 7 impianti, di cui due in-house, e dà lavoro a oltre 450 addetti. Con un investimento di 5 milioni di euro, nel 2022 aprirà un nuovo impianto per il riciclaggio del PET ad Anagni. A livello **internazionale** conta 178 stabilimenti in 45 paesi, dove occupa complessivamente 21.600 addetti nella produzione di bottiglie, tappi, contenitori e componenti in plastica. Possiede inoltre centri per il riciclo di PET e HDPE in Austria, Polonia e Spagna e alcune joint-venture in Messico e Germania.



11.10.2021



packmedia.net
webmagazine

PRODOTTI E SOLUZIONI

Materiali e Macchine / Etichettatura e Codifica / Automazione

MERCATO E INDUSTRIA

Alimentare / Bevande / Cosmofarma / Fatti e Dati / Ambiente / Leggi

FIERE ED EVENTI

Appuntamenti / Calendario / In Fiera

DESIGN BOX

ARCHIVIO

SEGUICI SU:



CHI SIAMO

MEDIA KIT

Packmedia Network + Packmedia Selection + ItaliaImballaggio + PackBook



FATTI E DATI

Una campagna alla scoperta della plastica

10/10/2021



TAGS: #IMBALLAGGIO #MATERIALI E MACCHINE



È partita il 1° settembre scorso a Milano la campagna "*La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica*", un progetto supportato da **Alpla**, tra i principali produttori mondiali di imballaggi in plastica innovativi, volto ad approfondire le tematiche afferenti al settore con l'obiettivo di aumentare il grado di conoscenza dei consumatori.

livello di sensibilità in riferimento ai temi del riciclo e dell'economia circolare.

Che la plastica non sia più quella di una volta è un dato oggettivo. Sono infatti numerosi gli sforzi e la continua ricerca delle aziende produttrici di imballaggi plastici tesi a introdurre sul mercato materiali innovativi e tecnologie a basso impatto ambientale, oltre a promuovere politiche e pratiche virtuose improntate alla circolarità.

L'Italia è tra i principali produttori mondiali di macchine e tecnologie in ambito di confezionamento e imballaggio, di impianti per la produzione di manufatti in plastica, nonché di articoli e imballaggi plastici. Si tratta di una filiera industriale tra le più importanti in assoluto in termini sia economici che tecnologici, una vera e propria eccellenza che occupa 162mila addetti in 10mila imprese attive (il 22% delle imprese europee) per un totale 32 miliardi di fatturato annuo (fonte: Federazione Gomma Plastica).

Comprendere in che modo questo settore si sia trasformato negli anni per offrire soluzioni più pratiche, performanti e al tempo stesso sostenibili e riciclabili, significa anche sfatare i luoghi comuni svelando i nuovi traguardi raggiunti da questo materiale a livello di impatto ambientale.

Driver di questi cambiamenti è sicuramente il consumatore, che influenza le scelte e gli sviluppi dei produttori di materiali e dei costruttori di macchine.

La campagna (i cui risultati saranno resi noti entro la fine dell'anno) si articolerà lungo un percorso di comunicazione, volto a stimolare la discussione sui temi legati a questo materiale e alla sua sostenibilità ambientale anche con il supporto di esperti e tecnici del settore e potrà essere seguita attraverso i seguenti canali:

- Facebook: <https://www.facebook.com/laplasticaecambiata>
- Instagram: <https://www.instagram.com/laplasticaecambiata/>
- Twitter: <https://twitter.com/plasticambia>

Il gruppo austriaco **Alpla** è presente in **Italia** con 7 impianti, di cui due in-house, e dà lavoro a oltre 450 addetti. Con un investimento di 5 milioni di euro, nel 2022 aprirà un nuovo impianto per il riciclaggio del PET ad Anagni. A livello **internazionale** conta 178 stabilimenti in 45 paesi, dove occupa complessivamente 21.600 addetti nella produzione di bottiglie, tappi, contenitori e componenti in plastica. Possiede inoltre centri per il riciclo di PET e HDPE in Austria, Polonia e Spagna e alcune joint-venture in Messico e Germania.



IN EVIDENZA



FATTI E DATI

Innova Group a quota 100 milioni

04/02/2022



FATTI E DATI

Fare di più, fare meglio

16/02/2022



FATTI E DATI

Bando Conai 2022... e altro

10/02/2022



MACCHINE

Accordo tra ABB e Sevensense per la robotica mobile

23/11/2021



ULTIMI ARTICOLI



FATTI E DATI

Fare di più, fare meglio

16/02/2022



FATTI E DATI

Sealed Air acquisisce Foxpak, pioniere della stampa digitale

16/02/2022

FATTI E DATI

Consulenza a tutto packaging

15/02/2022

FATTI E DATI

Packaging dei prodotti nutraceutici

14/02/2022

Usiamo i cookie per fornire un'esperienza più sicura e per rivolgere alcune inserzioni al pubblico giusto. Cliccando o navigando sul sito, acconsenti alla raccolta da parte nostra di informazioni tramite i cookie. Puoi anche [disattivare la personalizzazione degli annunci](#) o consultare la nostra [informativa privacy](#).



Non riceve alcun finanziamento pubblico

Direttore responsabile:
CLARA MOSCHINI



Email

Password

Accedi

Reimposta password

Home

Notizie

Video

Abbonamenti

Contattaci

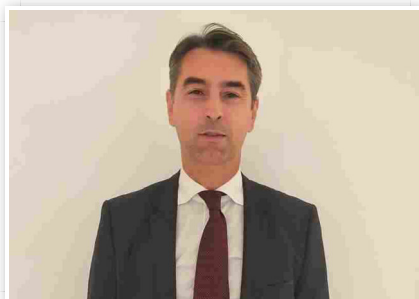


Cerca in Notizie...

Home ► Packaging e logistica

Plastic Tax, un balzello da abolire

Intervista esclusiva con Tiziano Andreini, managing director Alpla Italia



Plastic Tax, si va verso l'abrogazione? Dopo una più attenta valutazione degli impatti sociali (vedi per esempio la denuncia di Assobibe in [questo articolo di EFA News](#)), gli operatori si aspettano un nuovo rinvio all'entrata in vigore e sperano in una definitiva abrogazione. EFA News ne ha parlato con **Tiziano Andreini**, md di Alpla Italia, uno dei principali produttori ed esperti del riciclo mondiali, con 178 stabilimenti distribuiti in 45 paesi, oltre 21mila dipendenti e un fatturato 2020 pari a 3,69 miliardi di euro. L'azienda, nata a basata in Austria, ha una importante presenza in Italia dal 1985, con 9 stabilimenti e 450 dipendenti.

Dott. Andreini, la plastic tax è stata ulteriormente rinviata, ma dal 1° gennaio sembra ineludibile l'attuazione: quale sarà l'impatto sul settore?

Andreini. Dalle ultime indicazioni sembra più che possibile un'ulteriore proroga al 1° luglio 2022. Questo potrebbe essere un ulteriore passo verso la sua abrogazione. Se dovesse entrare effettivamente in vigore la Plastic Tax italiana penalizzerebbe un'intera filiera produttiva con impatti a monte e a valle. Impatti negoziali, aumenti dei listini, costi interni alle aziende, adeguamenti dei sistemi gestionali e dei sistemi di fatturazione, maggior impegno di capitale e rischio di credito.

EFA News. Quali sono a suo avviso gli aspetti più controversi di questa tassa?

In Italia è già presente una tassa sugli imballaggi plastici, il contributo ambientale Conai. La Plastic Tax rischia di diventare un ulteriore balzello, che andrà a colpire in maniera indiretta i consumi, in quanto i maggiori costi delle aziende produttrici a cascata si riverserebbero su tutta la filiera e quindi sul consumatore finale. La nuova tassa viene veicolata come una tassa ambientalmente orientata, ma il rischio è che il gettito non sia finalizzato a scopi ambientali.

EFA News. La plastica rappresenta indubbiamente un problema ambientale: quali le soluzioni?

L'uso sostenibile ed ecologicamente consapevole delle risorse è la base delle attività aziendali, per assicurare che le generazioni future possano vivere in un ambiente sano. La sostenibilità fa parte della strategia di Alpla e rappresenta una parte essenziale della cultura aziendale. Il nostro obiettivo è quello di fare in modo che entro il 2025 tutti gli imballaggi da noi prodotti siano riciclabili al 100%. Inoltre, nello sviluppo di nuovi imballaggi vengono seguiti i principi del "design 4 recycling": significa che prestiamo attenzione fin dall'inizio del ciclo di vita e cioè la progettazione di un manufatto, al fatto che gli imballaggi in plastica siano adatti al riciclo, settore nel quale Alpla ha 25 anni di esperienza.

Così, con i nostri impianti di riciclaggio, contribuiamo a fare in modo che le plastiche rimangano nel ciclo dei materiali riutilizzabili. Le tecnologie moderne e il design raffinato consentono di ridurre al minimo il peso degli imballaggi. In questo modo, viene ridotto il consumo di materiale e i costi, e risparmiamo le risorse fossili. Per questo obiettivo, lavoriamo in stretta collaborazione con i nostri fornitori, gli istituti di ricerca e, naturalmente, i nostri clienti.

Infine, la scelta del materiale ha una grande influenza sulla sostenibilità degli imballaggi di plastica. Alpla non utilizza materiali e sostanze dannose per l'ambiente, come PVC, plastificanti o metalli pesanti.

EFA News. Alpla ha lanciato un'iniziativa di informazione importante sul tema: che obiettivi vi proponete?

"La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica" è una campagna di comunicazione promossa da Alpla Italia rivolta ai consumatori, dedicata ad approfondire i temi che riguardano il mondo della plastica. L'iniziativa fa seguito ad analoghe campagne, svolte in Messico e Polonia, che sono parte del progetto Alpla corporate "A Voice" voluto fortemente dall'head-quarter al fine di sfatare i luoghi comuni sulla plastica e informare i consumatori di come ricerca e sviluppo e l'applicazione di best practices di economia circolare stiano radicalmente cambiando l'impatto che questo materiale ha sull'ambiente. L'approccio è informativo, ma anche divulgativo.

L'obiettivo è quello di aumentare il grado di conoscenza che i consumatori hanno dei materiali plastici, il cui impatto non è limitato solamente alla sfera delle nostre abitudini di consumo quotidiane, bensì incide anche su una consistente quota della nostra economia nazionale. A questo riguardo, va ricordato che la filiera industriale italiana è tra le più importanti in assoluto in termini sia economici che tecnologici, una vera e propria eccellenza che occupa 162mila addetti in 10mila imprese attive (il 22% delle imprese europee) per un totale 32 miliardi di fatturato annuo (fonte: Federazione Gomma Plastica).

agu - 21404

Tortona, AL, Italia, 11/10/2021 09:59
EFA News - European Food Agency

Simili



PACKAGING E LOGISTICA

Dea Capital cresce nella logistica in Spagna

La controllata RE Iberia costruirà nuova piattaforma con Abridn a Madrid

DeA Capital Real Estate Iberia ha siglato di un accordo con Abridn (ex Aberdeen Standard Investment) per lo sviluppo di un nuovo polo logistico a Madrid: una location last mile su un lotto di oltre 27.000... [continua](#)

PACKAGING E LOGISTICA

Gualpack continua ad espandersi in Brasile

Il Gruppo acquisisce il produttore di laminati Teruel Embalagens

Gualpack Spa ha annunciato i suoi piani di espansione in Brasile, come parte della strategia del Gruppo per una crescita sostenibile e globale attraverso l'integrazione verticale. Il Brasile rappresenta... [continua](#)



PACKAGING E LOGISTICA

Wikipack: la nuova piattaforma del Gruppo Sanpellegrino

Una soluzione digitale per archiviare, organizzare, localizzare, recuperare e condividere contenuti dell'azienda

Una libreria centralizzata degli artwork del Gruppo Sanpellegrino, una soluzione digitale per archiviare, organizzare, localizzare, recuperare e condividere contenuti. Si chiama Wikipack ed è tecnicamente... [continua](#)

Packaging e logistica



HOME/NEWS

26 novembre 2021

Le mille vite della plastica

Crescente attenzione alla sostenibilità in relazione all'impiego dei materiali plastici nella vita quotidiana. Ancora scarsa la consapevolezza della plastica possa essere materiale virtuoso



Quanta importanza danno gli italiani alla **raccolta differenziata**? In che misura la scelta dell'imballaggio condiziona un acquisto? Quali oggetti possono essere prodotti dalla plastica di recupero? Da una recente ricerca promossa da Alpla, azienda globale operante nel settore degli imballaggi in materiale plastico, nella cornice della campagna **"La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica"**, emerge un dato estremamente positivo: la gran parte degli intervistati ha mostrato una grande attenzione nei confronti della plastica. Basti pensare che

nel 2020 in Italia ne sono state riciclate 900 mila tonnellate, quasi **tre volte il peso del Duomo di Milano** (fonte: Corepla). I primi risultati, dunque, mettono in luce una grande maturità dei consumatori, che danno un'estrema importanza al riciclo di questo materiale, riconoscendo in tal modo alla plastica caratteristiche di sostenibilità grazie a un ciclo di vita virtuoso che va ben oltre l'usa e getta. Tuttavia, sono molteplici gli spunti di riflessione che fanno comprendere come il rapporto tra i consumatori e la plastica non sia ancora giunto a completa maturazione.

La survey, condotta su un campione rappresentativo della popolazione italiana a livello di età (18-54 anni) e gender, ha mostrato come i comportamenti di acquisto siano spesso influenzati dalla ecosostenibilità del **packaging**, in termini di biodegradabilità e riciclabilità. Ai consumatori non sembrano essere ancora ben chiari alcuni punti, ad esempio in che modo la plastica sia evoluta nel tempo, quali siano le sue potenzialità in termini di riciclo e, quindi, ri-trasformazione, nonché alcune delle regole da seguire per effettuare una efficace raccolta differenziata.

In relazione a quest'ultimo punto, circa un italiano su due ha dichiarato che sarebbero necessarie regole e norme più chiare, mentre il 40% gradirebbe una comunicazione più dettagliata da parte delle fonti ufficiali, a partire dagli stessi produttori. Ciò sottende una richiesta di maggiore chiarezza nelle indicazioni da dare al consumatore, a partire dalle modalità di corretta differenziazione nel caso in cui gli imballaggi siano composti da più materiali: plastica, carta, metallo ecc. In questo caso, le istruzioni di frazionamento potrebbero essere obbligatoriamente riportate sulla confezione del prodotto, esattamente come viene fatto per la composizione dei suoi ingredienti o dei suoi componenti.

Più del 70% degli intervistati ritiene che la plastica non sia un materiale idoneo alla migliore conservazione del cibo, quando invece garantisce il mantenimento delle proprietà organolettiche di molti degli alimenti che siamo soliti consumare quotidianamente. Da questo punto di vista la survey mette in luce la necessità di aumentare il livello di consapevolezza sui molti vantaggi che oggi questo materiale offre. Utilizzata nella conservazione di alimenti freschi e di prodotti farmaceutici, la

POPULAR TAG

[#Agenzia delle entrate](#) [#Biologico](#) [#Clima](#)
[#Consumi](#) [#Export](#) [#Made in Italy](#)
[#Mario Serpillo](#) [#Ministero del Lavoro](#)
[#Politiche Agricole](#) [#UCI](#) [#Unione Europea](#)

I NOSTRI TEMI

Agroalimentare	Agricoltura
Alimentazione	Ambiente
Caa	Caf
Energia	Made in Italy
Pac	Patronato
Politiche Agricole	Psr
Salute	Sicurezza Alimentare

NEWSLETTER

Iscriviti al servizio di Newsletter per rimanere aggiornato sulle novità e sugli eventi di

☐ Accetto i [Termini e Condizioni](#)

ISCRIVITI

FOLLOW US

[Follow on Facebook](#)

plastica garantisce infatti una grande sicurezza igienica, nonché una praticità d'uso grazie alla sua leggerezza e versatilità d'impiego. Non da ultimo, l'impatto che il suo processo di produzione e riciclo genera sull'ambiente in termini di CO₂ è decisamente inferiore rispetto a quello che caratterizza altri materiali ecologici, ad esempio il vetro.

[Follow on Twitter](#)[Follow on Youtube](#)

Cosa succede una volta che una bottiglia, una vaschetta, un flacone viene differenziato? Quali sono le potenzialità di una seconda vita di questi oggetti all'interno di un'economia circolare che oggi dovrebbe, imprescindibilmente, essere parte integrante delle strategie aziendali?

Anche in relazione a questi punti, dalla survey emerge una necessità di fare una maggiore informazione a beneficio degli utenti finali. Infatti, non tutti sanno che dal recupero e riciclo di flaconi e bottiglie possono prendere vita shopper, carrelli per la spesa, cassette per frutta e ortaggi, componenti per veicoli, tubi idraulici e addirittura accessori di bigiotteria e oggetti di design ecc. Anche dal punto di vista delle emissioni, la plastica si dimostra virtuosa. Un quantitativo riciclato di bottiglie e flaconi in PET pari a 34 milioni di metri cubi sottratti alle discariche nel 2020 evita di immettere nell'atmosfera una quantità di CO₂ equivalente a 43 mila voli Milano - Abu Dhabi. (fonte: dati elaborati con il supporto dell'ICAO Carbon Emissions Calculator).

È proprio su un principio di diffusione della cultura e di un conseguente crescente stimolo all'impegno collettivo verso l'ambiente che è nata la campagna *"La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica"*, il cui obiettivo è quello di aumentare il grado di conoscenza che i consumatori hanno dei materiali plastici e, al contempo, dei molteplici sforzi e della continua ricerca che le aziende produttrici di imballaggi stanno mettendo in campo, con l'introduzione di materiali innovativi a basso impatto ambientale, politiche improntate alla circolarità, tecnologie produttive sempre più green e manufacturing practices di sostenibilità.

AUTORE: [Redazione](#).

CATEGORIE: Notizie Ambiente

TAG: [#plastica](#) [#cambia idea](#).

ALTRE NOTIZIE IN PRIMO PIANO

11 Febbraio 2022
**Etichettatura, l'I
propone il Nutri**

10 Febbraio 2022
**Decreto salva s
Gazzetta Ufficia**

09 Febbraio 2022
**Cibo, in Italia ri
quota lo spreco**

16 Febbraio 2022
Latte, forte aumento dei costi di produzione

08 Febbraio 2022
**Cresce la produ
riso in Italia**

UCI Unione Coltivatori Italiani Via in Lucina, 10 00186 ROMA P.IVA: 05630521002 Telefono: 06 6871043 E-mail: info@uci.it PEC: uci@arubapec.it

La plastica: utilizzarla sempre meno e riciclarla sempre più

di **Gianfranco Mascia** - 29 Novembre 2021



Italiani sempre più attenti all'uso della plastica

Sappiamo quanta importanza danno gli italiani alla raccolta differenziata? E in che misura la scelta dell'imballaggio condiziona un acquisto? E ancora, quali oggetti possono essere prodotti dalla plastica di recupero?

Le risposte le possiamo trovare in una recente ricerca promossa da Alpla, azienda globale operante nel settore degli **imballaggi in materiale plastico**, nella cornice della campagna "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica". Analizzando i dati emerge un dato estremamente positivo: la gran parte degli intervistati ha mostrato una grande attenzione nei confronti della plastica.

Forse non tutti sanno che nel 2020 in Italia sono state riciclate ben **900 mila tonnellate di plastica**, quasi tre volte il peso del Duomo di Milano (fonte: **Corepla**).

I primi risultati, dunque, mettono in luce una grande maturità dei consumatori, che danno molta importanza al riciclo di questo materiale, riconoscendo in tal modo alla plastica caratteristiche di sostenibilità grazie a un ciclo di vita virtuoso che va ben oltre l'usa e getta.

Però ci sono molteplici spunti di riflessione che ci fanno comprendere come il rapporto tra i consumatori e la plastica non sia ancora giunto a completa maturazione.

In cosa possiamo migliorare?

L'indagine, condotta su un campione rappresentativo della popolazione italiana a livello di età (18-54 anni) e gender, ha mostrato come i comportamenti di acquisto siano spesso influenzati dalla ecosostenibilità del packaging, in termini di biodegradabilità e riciclabilità.

Ai consumatori non sembrano essere ancora ben chiari alcuni punti, ad esempio in che modo la plastica sia evoluta nel tempo, quali siano le sue potenzialità in termini di riciclo e, quindi, ri-trasformazione, nonché alcune delle regole da seguire per effettuare una efficace raccolta differenziata.

In relazione a quest'ultimo punto, circa un italiano su due ha dichiarato che sarebbero necessarie regole e norme più chiare, mentre il 40% gradirebbe una comunicazione più dettagliata da parte delle fonti ufficiali, a partire dagli stessi produttori.

Ciò evidenzia una richiesta di maggiore chiarezza nelle indicazioni da dare al consumatore, a partire dalle modalità di corretta differenziazione nel caso in cui gli imballaggi siano composti da più materiali: plastica, carta, metallo ecc. In questo caso, le istruzioni di frazionamento potrebbero essere obbligatoriamente riportate sulla confezione del prodotto, esattamente come viene fatto per la composizione dei suoi ingredienti o dei suoi componenti.

Interessante che più del 70% degli intervistati ritenga che la plastica non sia un materiale idoneo alla migliore conservazione del cibo, quando invece garantisce il mantenimento delle proprietà organolettiche di molti degli alimenti che siamo soliti consumare quotidianamente.

I consumatori chiedono maggiore chiarezza sul recupero e riciclo della plastica

Cosa succede una volta che una bottiglia, una vaschetta, un flacone viene differenziato? Quali sono le potenzialità di una seconda vita di questi oggetti all'interno di un'economia circolare che oggi dovrebbe, imprescindibilmente, essere parte integrante delle strategie aziendali?

Anche in relazione a questi punti, dall'indagine emerge una necessità di fare una maggiore informazione a beneficio degli utenti finali. Infatti, non tutti sanno che dal recupero e riciclo di flaconi e bottiglie possono prendere vita shopper, carrelli per la spesa, cassette per frutta e ortaggi, componenti per veicoli, tubi idraulici e addirittura accessori di bigiotteria e oggetti di design ecc.

Un quantitativo riciclato di bottiglie e flaconi in PET pari a 34 milioni di metri cubi sottratti alle discariche nel 2020 evita di immettere nell'atmosfera una quantità di CO2 equivalente a 43 mila voli Milano – Abu Dhabi. (fonte: dati elaborati con il supporto [dell'ICAO Carbon Emissions Calculator](#)).

La campagna “La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica”

È proprio su un principio di diffusione della cultura e di un conseguente crescente stimolo all'impegno collettivo verso l'ambiente che è nata la campagna "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica", il cui obiettivo è quello di aumentare il grado di conoscenza che i consumatori hanno dei materiali plastici e, al contempo, dei molteplici sforzi e della continua ricerca che le aziende produttrici di imballaggi stanno mettendo in campo, con l'introduzione di materiali innovativi a basso impatto ambientale, politiche improntate alla circolarità, tecnologie produttive sempre più green e manufacturing practices di sostenibilità. Certo che, comunque, la necessità rimane sempre quella di utilizzarla sempre meno e riciclarla sempre più.

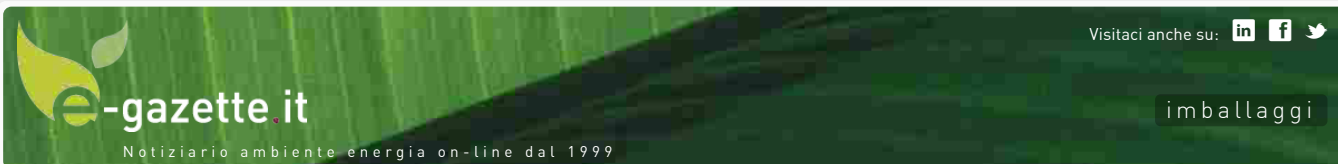
Gianfranco Mascia

Ecologista, giornalista, scrittore. Tra i fondatori dei Verdi dell'Emilia Romagna, è attualmente Responsabile comunicazione Capo ufficio stampa di Europa Verde - Verdi. Fondatore dei comitati Bo.Bi e animatore dei Girotondi e del Popolo Viola. Il suo ultimo libro "Come osate" ripercorre l'avventura dei Fridays For Future attraverso le testimonianze dei suoi attivisti.

Questo sito utilizza cookie di funzionalità e cookie analitici, anche di terze parti, per raccogliere informazioni sull'utilizzo del Sito Internet da parte degli utenti. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#). Chiudendo questo banner o accedendo a un qualunque elemento sottostante questo banner acconsenti all'uso dei cookie.

OK

No



RICERCA SULLA PLASTICA: GLI ACQUISTI SONO INFLUENZATI DALLA SOSTENIBILITÀ DEL PACKAGING

MILANO MAR, 30/11/2021



Alpla presenta la sua ricerca "La Plastica è cambiata, cambia idea sulla Plastica" sulle mille vite della plastica condotta su un campione rappresentativo della popolazione italiana



Dalla recente ricerca promossa da Alpla, azienda globale operante nel settore degli imballaggi in materiale plastico, nella cornice della campagna "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica", emerge un dato estremamente positivo: la gran parte degli intervistati ha mostrato una grande attenzione nei confronti della plastica.

Il sondaggio

La survey, condotta su un campione rappresentativo della popolazione italiana a livello di età (18-54 anni) e gender, ha mostrato come i comportamenti di acquisto siano spesso influenzati dalla ecosostenibilità del packaging, in termini di biodegradabilità e riciclabilità. Ai consumatori non sembrano però essere ancora ben chiari alcuni punti, ad esempio in che modo la plastica sia evoluta nel tempo, quali siano le sue potenzialità in termini di riciclo e, quindi, ri-trasformazione, nonché alcune delle regole da seguire per effettuare una efficace raccolta differenziata. In relazione a quest'ultimo punto, circa un italiano su due ha dichiarato che sarebbero necessarie regole e norme più chiare, mentre il 40% gradirebbe una comunicazione più dettagliata da parte delle fonti ufficiali, a partire dagli stessi produttori. Ciò sottende una richiesta di maggiore chiarezza nelle indicazioni da dare al consumatore, a partire dalle modalità di corretta differenziazione nel caso in cui gli imballaggi siano composti da più materiali: plastica, carta, metallo ecc.

Uno stimolo a una maggiore consapevolezza

Più del 70% degli intervistati ritiene poi che la plastica non sia un materiale idoneo alla migliore conservazione del cibo, quando invece garantisce il mantenimento delle proprietà organolettiche di molti degli alimenti che siamo soliti consumare quotidianamente. Da questo punto di vista, la survey mette in luce la necessità di aumentare il livello di consapevolezza sui molti vantaggi che oggi questo materiale offre. E anche dal punto di vista delle emissioni, la plastica si dimostra virtuosa. Un quantitativo riciclato di bottiglie e flaconi in PET pari a 34 milioni di metri cubi sottratti alle discariche nel 2020 evita di immettere nell'atmosfera una quantità di CO2 equivalente a 43 mila voli Milano - Abu Dhabi. (fonte: dati elaborati con il supporto dell'ICAO Carbon Emissions Calculator). È proprio su un principio di diffusione della cultura e di un conseguente crescente stimolo all'impegno collettivo verso l'ambiente che è nata la campagna "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica", il cui obiettivo è quello di aumentare il grado di conoscenza che i consumatori hanno dei materiali plastici e, al contempo, dei molteplici sforzi e della continua ricerca che le aziende produttrici di imballaggi stanno mettendo in campo, con l'introduzione di materiali innovativi a basso impatto ambientale, politiche improntate alla circolarità, tecnologie produttive sempre più green e manufacturing practices di sostenibilità.



▼ immagini


[Imballaggi](#) [Milano](#) [Alpla](#) [Pet](#) [Plastica](#) [Ricerca](#)

LEGGI ALTRI ARTICOLI DI PAGINA IMBALLAGGI

30/11/2021 **FACE, la tassa sul carbonio europea è una misura dannosa, se applicata all'...**

PRIMA PAGINA

ECOLOGIA

GREEN LIFE

ENERGIA

ELETTRICITÀ

RINNOVABILI

UTILITIES

EFFICIENZA ENERGETICA

IMBALLAGGI

TECNOLOGIA

ALBO NOTANDA LAPILLO

APPROFONDIMENTI

CHI SIAMO

TAGS

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

PER ISCRIVERSI ALLA NEWSLETTER SETTIMANALE GRATUITA UTILIZZARE IL **FORM CONTATTI** IN FONDO ALLA PAGINA

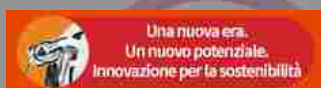


CERCA

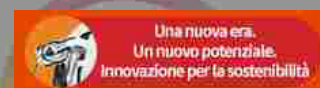
Cerca nel sito:

CALENDARIO EVENTI

NOVEMBRE						
L	M	M	G	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21



tecnoEdizioni



HOME

EDIZIONI DIGITALI

VIDEO

IL NOSTRO NETWORK

EVENTI

CONTATTI

CHI SIAMO

Cerca...



Le mille vite della plastica all'interno di un circolo virtuoso

1 dicembre 2021



Quanta importanza danno gli italiani alla raccolta differenziata? In che misura la scelta dell'imballaggio condiziona un acquisto? Quali oggetti possono essere prodotti dalla plastica di recupero? Da una recente ricerca promossa da Alpla, azienda globale operante nel settore degli imballaggi in materiale plastico, nella cornice della campagna "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica", emerge un dato estremamente positivo: la gran parte degli intervistati ha mostrato una grande attenzione nei confronti della plastica. Basti pensare che nel 2020 in Italia ne sono state riciclate 900 mila tonnellate, quasi tre volte il peso del Duomo di Milano. I primi risultati, dunque, mettono in luce una grande maturità dei consumatori, che danno un'estrema importanza a questo materiale nella vita quotidiana, riconoscendo in tal modo alla plastica caratteristiche di sostenibilità grazie a un ciclo di vita virtuoso che va ben oltre l'usa e getta.

Dal canto suo, anche l'industria sta dimostrando una consapevolezza sempre maggiore rispetto ad una produzione responsabile, che sta progressivamente portando ad adottare modelli cooperativi con i produttori di imballaggi plastici finalizzati ad accorciare la filiera e, quindi, ridurre l'impatto sull'ambiente.

La strada sembra quindi tracciata, anche se dalla survey non mancano di emergere alcuni spunti di riflessione che fanno comprendere come ci sia ancora molto lavoro da fare per radicare la consapevolezza che la plastica non vada demonizzata, bensì valorizzata.

La survey, condotta su un campione rappresentativo della popolazione italiana a livello di età (18-54 anni) e gender, **ha mostrato come ai consumatori non sembrano chiare alcune questioni**, ad esempio in che modo la plastica sia evoluta nel tempo, quali siano le sue potenzialità in termini di riciclo e in che modo le aziende stiano modificando i loro modelli produttivi per rispondere a una crescente richiesta di sostenibilità.

Tra le sfide a cui le aziende sono oggi chiamate vi è quella di incontrare le esigenze dei consumatori, i cui comportamenti di acquisto sono sempre più influenzati dall'ecosostenibilità del packaging. A ciò si sommano gli impegni che i Paesi hanno ratificato con gli accordi di Parigi e che vincolano le aziende a modificare i loro processi in funzione del raggiungimento degli obiettivi globali sul clima. Uno sforzo che, pur richiedendo un serio impegno da parte delle imprese, è ripagato da una serie di vantaggi. Come, ad esempio, quelli che derivano dal modello "in house", che Alpla ha adottato con i propri clienti fin dagli anni '80 e che oggi vede la presenza di ben 68 impianti nel mondo, di cui due in Italia, a trarne benefici.

tecnoEdizioni Group

VUOI ABBONARTI ALLE RIVISTE O RICEVERE LE NEWSLETTER?

INSERISCI I TUOI DATI



Integrated systems for production



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

In relazione a quest'ultimo punto, **dalla survey emerge come circa un italiano su due dichiara che sarebbero necessarie regole e norme più chiare, mentre il 40% gradirebbe una comunicazione più dettagliata da parte delle fonti ufficiali, a partire dagli stessi produttori.** Ciò sottende una richiesta di maggiore chiarezza nelle indicazioni da dare al consumatore, soprattutto nel caso in cui gli imballaggi siano composti da più materiali: plastica, carta, metallo ecc. In questo caso, le istruzioni di frazionamento potrebbero essere obbligatoriamente riportate sulla confezione del prodotto, esattamente come viene fatto per la composizione dei suoi ingredienti o dei suoi componenti.

È proprio su un principio di diffusione della cultura e di un conseguente crescente stimolo all'impegno collettivo verso l'ambiente che è nata la campagna "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica", il cui obiettivo è quello di aumentare il grado di conoscenza che i consumatori hanno dei materiali plastici e, al contempo, dei molteplici sforzi e della continua ricerca che le aziende produttrici di imballaggi stanno mettendo in campo, con l'introduzione di materiali innovativi a basso impatto ambientale, politiche improntate alla circolarità, tecnologie produttive sempre più green e manufacturing practices di sostenibilità.

Per maggiori informazioni consultare il sito: <https://laplasticaecambiata.it/>

Condividi questo articolo



Alpla News

LASCIA UN COMMENTO

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

Commento

Nome *

Email *

Sito web

☐

Non sono un robot



Privacy - Termini

COMMENTO ALL'ARTICOLO



[\(https://www.insic.it/\)](https://www.insic.it/) Il nostro catalogo (<https://www.insic.it/il-nostro-catalogo>) Iscriviti alla newsletter (<https://www.insic.it/newsletter-2/>)[Home \(https://www.insic.it\)](https://www.insic.it/) > [Tutela ambientale \(https://www.insic.it/tutela-ambientale/\)](https://www.insic.it/tutela-ambientale/)> [Energia e sostenibilità \(https://www.insic.it/tutela-ambientale/energia-e-sostenibilita-articoli/\)](https://www.insic.it/tutela-ambientale/energia-e-sostenibilita-articoli/)> **Imballaggi in plastica e riciclo: la ricerca di ALPLA**[Energia e sostenibilità \(https://www.insic.it/tutela-ambientale/energia-e-sostenibilita-articoli/\)](https://www.insic.it/tutela-ambientale/energia-e-sostenibilita-articoli/)

Imballaggi in plastica e riciclo: la ricerca di ALPLA



Pubblicato il 15 Dicembre 2021 (<https://www.insic.it/tutela-ambientale/energia-e-sostenibilita-articoli/imballaggi-in-plastica-e-riciclo-la-ricerca-di-alpla/>) da Redazione InSic (<https://www.insic.it/author/redazione-insic/>)

*Se in Italia nel 2020 sono state riciclate **900 mila tonnellate di plastica**, quasi tre volte il peso del Duomo di Milano, secondo Corepla, gran parte dei consumatori danno estrema importanza ai temi del **riciclo della plastica**. Non ancora abbastanza: sono alcune delle conclusioni dello studio: "**La Plastica è cambiata, cambia idea sulla Plastica** (<https://laplasticaecambiata.it/>)" promosso da **Alpla** (<https://www.alpla.com/it>), una delle maggiori aziende globali operanti nel settore degli **imballaggi in plastica**.*

*Il titolo della ricerca richiama l'omonima Campagna di comunicazione che mira a sfatare i luoghi comuni sulla plastica e a portare a conoscenza dei consumatori i risultati della ricerca e sviluppo nell'applicazione di best practices di economia circolare dimostrando come queste stiano **sostanzialmente cambiando l'impatto** che questo materiale ha sull'ambiente.*



Nell'articolo

(<https://www.insic.it/>)

1. Le mille vite della plastica: la survey di Alpla

1.1. Riciclo della plastica: cosa non sappiamo.

Il nostro catalogo (<https://www.insic.it/il-nostro-catalogo>) | [Iscriviti alla newsletter \(https://www.insic.it/newsletter-2/\)](https://www.insic.it/newsletter-2/)

1.3. Plastica per la conservazione dei cibi: è davvero idonea?

1.4. Plastica e impatto sull'ambiente

2. La Campagna "La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica"

2.1. La filosofia della Campagna

2.2. Chi è ALPLA Group

2.3. Imballaggi Alpla: tutti gli utilizzi

2.4. ALPLA: dove sono in Italia?

Le mille vite della plastica: la survey di Alpla

Il campione sul quale è stato condotto lo studio circa i temi del riciclo della plastica è rappresentativo della popolazione italiana a livello di età (18-54 anni) e gender, ha mostrato come i comportamenti di acquisto siano spesso influenzati dalla ecosostenibilità del packaging, in termini di biodegradabilità e riciclabilità

Riciclo della plastica: cosa non sappiamo.

Secondo Alpla, ai consumatori non sembrano essere ancora ben chiari alcuni punti, ad esempio **in che modo la plastica sia evoluta nel tempo**, quali siano **le sue potenzialità** in termini di riciclo e, quindi, ri-trasformazione, nonché alcune delle regole da seguire per effettuare una efficace raccolta differenziata.

Riciclo della plastica: fra normativa e comunicazione inadeguata

Dalla ricerca emerge che un italiano su due pensa che sarebbero necessarie **regole e norme più chiare**, mentre il 40% gradirebbe **una comunicazione più dettagliata** da parte delle fonti ufficiali, a partire dagli stessi produttori. Ciò sottende una richiesta di maggiore **chiarezza nelle indicazioni da dare al consumatore**, a partire dalle modalità di corretta differenziazione nel caso in cui gli imballaggi siano composti da più materiali: plastica, carta, metallo ecc. In questo caso, **le istruzioni di frazionamento** potrebbero essere obbligatoriamente riportate sulla confezione del prodotto, esattamente come viene fatto per la composizione dei suoi ingredienti o dei suoi componenti.

Plastica per la conservazione dei cibi: è davvero idonea?

Nella Survey emerge **che più del 70% degli intervistati ritiene che la plastica non sia un materiale idoneo alla migliore conservazione del cibo**, quando invece garantisce il mantenimento delle proprietà organolettiche di molti degli alimenti che siamo soliti consumare quotidianamente.

Sarebbe quindi necessario aumentare il livello di consapevolezza sui molti vantaggi che la plastica offre sia per la conservazione di alimenti freschi e di prodotti farmaceutici, e anche in termini di sicurezza igienica, oltre alla leggerezza e versatilità d'impiego. Inoltre, secondo la ricerca di Alpla l'impatto che il suo processo di

produzione e riciclo genera sull'ambiente in termini di CO2 è decisamente inferiore rispetto a quello che caratterizza altri materiali ecologici, ad esempio il vetro. (<https://www.insic.it/>)

Il nostro catalogo (<https://www.insic.it/il-nostro-catalogo>)

✉ Iscriviti alla newsletter (<https://www.insic.it/newsletter-2/>)

Plastica e impatto sull'ambiente

La Survey sottolinea che occorre maggiore informazione agli utenti finali anche sulle fasi del riciclo della plastica sulle potenzialità di una seconda vita degli oggetti in plastica e quali sono le strategie aziendali da mettere in campo per il riutilizzo della plastica.

Paper and Cardboard Lamination

Protection, enhancement and in a sustainable, efficient and e

Taghleef Industries

L'azienda promotrice della ricerca sottolinea anche come non tutti sanno che dal recupero e riciclo di flaconi e bottiglie possono prendere vita shopper, carrelli per la spesa, cassette per frutta e ortaggi, componenti per veicoli, tubi idraulici e addirittura accessori di bigiotteria e oggetti di design ecc.

Inoltre, dal profilo ambientale la plastica si dimostrerebbe virtuosa dal punto di vista delle emissioni: un quantitativo riciclato di bottiglie e flaconi in PET pari a 34 milioni di metri cubi sottratti alle discariche nel 2020 evita di immettere nell'atmosfera una quantità di CO2 equivalente a 43 mila voli Milano – Abu Dhabi. (fonte: dati elaborati con il supporto dell'ICAO Carbon Emissions Calculator).

La Campagna “La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica”

La ricerca commissionata da Alpla prende il nome da una omonima campagna di comunicazione: “La plastica è cambiata, cambia idea sulla plastica”, il cui obiettivo è quello di

- sfatare i luoghi comuni sulla plastica
- portare a conoscenza di come la ricerca e sviluppo e l'applicazione di best practices di economia circolare stiano sostanzialmente cambiando l'impatto che questo materiale ha sull'ambiente
- aumentare il grado di conoscenza che i consumatori hanno dei materiali plastici
- aumentare gli sforzi e la continua ricerca che le aziende produttrici di imballaggi stanno mettendo in campo, con l'introduzione di materiali innovativi a basso impatto ambientale, politiche improntate alla circolarità, tecnologie produttive sempre più green e manufacturing practices di sostenibilità.

La filosofia della Campagna

Alla base del progetto vi è la consapevolezza di come un uso sostenibile ed ecologicamente consapevole delle risorse, in questo caso della plastica e degli imballaggi plastici, che negli anni si sono evoluti a livello di materiali e tecnologie produttive, costituisca il fondamento per assicurare che le generazioni future possano vivere in un ambiente sano e sempre più evoluto dal punto di vista del benessere sociale e individuale. [\(https://www.insic.it/\)](https://www.insic.it/)  Il nostro catalogo <https://www.insic.it/il-nostro-catalogo> |  Iscriviti alla newsletter <https://www.insic.it/newsletter-2/>

Per rimanere aggiornati sulla Campagna sull riciclo della plastica:

- Facebook: <https://www.facebook.com/laplasticaecambiata>
- Instagram: <https://www.instagram.com/laplasticaecambiata/>
- Twitter: <https://twitter.com/plasticambia>
- Sito: <https://laplasticaecambiata.it/>

Chi è ALPLA Group

ALPLA è una delle maggiori aziende globali operanti nel settore degli imballaggi in plastica. Circa 21.600 dipendenti in tutto il mondo ogni giorno producono bottiglie, tappi e parti stampate in 178 siti dislocati in 45 paesi diversi.

Imballaggi Alpla: tutti gli utilizzi

Gli imballaggi di alta qualità prodotti da ALPLA vengono utilizzati in un'ampia gamma di settori: food & beverage, cosmetico, pharma, prodotti per la pulizia, oli per motori e lubrificanti. ALPLA possiede impianti per il riciclaggio di PET e HDPE in Austria, Polonia e Spagna e alcune joint venture in Messico e Germania. Progetti ulteriori sono in fase di avviamento nel resto del mondo.

ALPLA: dove sono in Italia?

ALPLA Italia gestisce 7 impianti in tutto il paese – di cui due in-house – e impiega oltre 450 dipendenti. Con un investimento di 5 milioni di euro, nel 2022 aprirà un nuovo impianto per il riciclaggio del PET ad Anagni.

Redazione InSic (<https://www.insic.it/author/redazione-insic/>)

Una squadra di professionisti editoriali ed esperti nelle tematiche della salute e sicurezza sul lavoro, prevenzione incendi, tutela dell'ambiente, edilizia, security e privacy. Da oltre 20 anni alla guida del canale di informazione online di EPC Editore

 (<mailto:redazione@insic.it>)

[\(https://www.insic.it/\)](https://www.insic.it/) Il nostro catalogo (<https://www.insic.it/il-nostro-catalogo>) Iscriviti alla newsletter (<https://www.insic.it/newsletter-2/>)

High Visual Impact Labels

Ann. Taghleef Industries

Gomma vulcanizzata da PFU e qualifica di rifiuto:...

insic.it

Cartella di pagamento fiscale?

Ann. Difesa Debitori Spa

Cosa Significa come classific porte tagliafuc

insic.it

Fai il Test online

Ann. Wall Street English™

Stato di emergenza: nuova proroga al 31 dicembre 2021

insic.it

Accesso al lavoro senza Green Pass: cosa si rischia dal...

insic.it

Piano nazio ripresa e re (PNRR): la..

insic.it

Tags : In primo piano (<https://www.insic.it/tag/in-primo-piano/>) News (<https://www.insic.it/tag/news/>)

[plastica \(https://www.insic.it/tag/plastica/\)](https://www.insic.it/tag/plastica/)

[prodotti in plastica \(https://www.insic.it/tag/prodotti-in-plastica/\)](https://www.insic.it/tag/prodotti-in-plastica/)

[ricerca \(https://www.insic.it/tag/ricerca/\)](https://www.insic.it/tag/ricerca/)



(h
tt
p:
//
pi
nt
er
e
st
.c
o
m
/p
in
/c
re
at
e/
b
.



**RASSEGNA
STAMPA
ALPLA
2021**