

Seminario:
Packaging e sostenibilità

7 luglio 2025

Relatori

Marina Carcea (coordinatore), Alessandra Fazio, Serena Pironi,
Paolo Galli, Gabriele Cardia

Sintesi

Nel settore agroalimentare moderno, il packaging ha assunto un ruolo strategico fondamentale, andando ben oltre la sua funzione originaria di semplice contenitore. Oggi il confezionamento rappresenta un fattore determinante per garantire la sicurezza, la qualità, la conservabilità e la sostenibilità dei prodotti alimentari lungo tutta la filiera. In questo scenario, i tecnologi alimentari rivestono un ruolo chiave, fungendo da ponte tra industria food, industria MOCA (materiali ed oggetti al contatto con alimenti), marketing e consumatore, contribuendo in modo significativo allo sviluppo e alla validazione di soluzioni d'imballaggio innovative ed efficaci. Lo scopo di questo seminario è di fornire un momento di studio e di approfondimento ai professionisti iscritti all'ordine, in modo da diventare un'interfaccia sempre più qualificata coniugando le esigenze industriali, quelle dei consumatori e del mondo della ricerca.

ALESSANDRA FAZIO¹

I valori del packaging verso l'innovazione e la sostenibilità

¹ Presidente Fondazione Carta Etica del Packaging

In un tempo segnato da transizioni ecologiche, trasformazioni normative e nuove sensibilità sociali, il packaging è chiamato a ripensare la propria identità e la propria funzione. Questo intervento propone una riflessione sui valori che devono guidare l'evoluzione del settore a partire dai principi della Carta Etica del Packaging, si approfondisce il legame tra sostenibilità e innovazione, evidenziando come la ricerca di soluzioni tecnicamente avanzate deve fondarsi su scelte consapevoli e condivise. Il packaging non è solo una questione di

materiali, ma anche di cultura: educa, comunica, orienta. In questo senso, le imprese hanno oggi l'occasione di diventare protagoniste di un cambiamento che non è solo tecnologico, ma anche etico e sociale. L'intervento si rivolge a tutti gli attori della filiera – in particolare del comparto alimentare – invitandoli a ripensare il packaging come strumento di responsabilità e come leva concreta per una transizione sostenibile e duratura.

In a time marked by ecological transitions, regulatory transformations and new social sensitivities, packaging is called to rethink its identity and its function. This intervention proposes a reflection on the values that must guide the evolution of the sector starting from the principles of the Ethical Packaging Charter, the link between sustainability and innovation is explored, highlighting how the search for technically advanced solutions must be based on conscious and shared choices. Packaging is not just a question of materials, but also of culture: it educates, communicates, orients. In this sense, companies today have the opportunity to become protagonists of a change that is not only technological, but also ethical and social. The intervention is aimed at all the players in the supply chain - in particular in the food sector - inviting them to rethink packaging as a tool of responsibility and as a concrete lever for a sustainable and lasting transition.

SERENA PIRONI¹

Conciliare le esigenze del mondo alimentare, del marketing e del packaging

¹ Tecnologo alimentare

I pericoli emergenti sui materiali e oggetti a contatto con gli alimenti sono sempre più conosciuti e sempre più impattanti la sicurezza alimentare.

L'industria alimentare deve conoscerli per prevenirli e selezionare in modo più adeguato i propri fornitori di impianti e di imballaggio.

L'azienda MOCA deve comprendere che ciò che fornisce potrebbe costituire un problema per il cibo che andrà in contatto e deve imparare a rispettare una serie di Good Manufacturing Practice (GMP) al pari dei suoi clienti.

Il marketing invece deve essere consapevole che ora più che mai il “greenwashing” e i claim non riconosciuti potrebbero generare sanzioni severe.

Emerging hazards on materials and objects in contact with food are increasingly known and increasingly impacting food safety.

The food industry must know them to prevent them and select their plant and packaging suppliers more appropriately. The MOCA company must understand that what it supplies could constitute a problem for the food that will come into contact with it and must learn to respect a series of GMPs like its customers.

Marketing, on the other hand, must be aware that now more than ever, “greenwashing” and unrecognized claims could generate severe sanctions.

PAOLO GALLI¹

Materiali e packaging nella storia dell'umanità

¹ Accademia dei Georgofili

L'uomo conserva da sempre, e trasporta ciò che è necessario alla vita grazie agli imballaggi. Dai primi recipienti di terracotta per cuocere ma anche conservare e proteggere il cibo, alla rivoluzione del commercio sul mediterraneo dovuta alle anfore, fino ai metalli per i cibi in scatola, al vetro, ed ai materiali plastici. L'evoluzione dei materiali verso la sostenibilità e l'impegno contro lo spreco alimentare; sono per questo lieto di presentare e introdurre per ogni approfondimento la missione dell'Istituto dell'Imballaggio e di Fondazione Carta Etica del Packaging, qui rappresentate dalla presidentessa Alessandra Fazio.

Man has always preserved and transported what is necessary for life thanks to packaging. From the first terracotta containers for cooking but also for preserving and protecting food, to the revolution of trade on the Mediterranean due to amphorae, up to metals for canned foods, glass, and plastic materials. The evolution of materials towards sustainability and the commitment against food waste; I am therefore pleased to present and introduce for each in-depth analysis the mission of the Packaging Institute and the Ethical Packaging Charter Foundation, represented here by the president Alessandra Fazio.

ALESSANDRA FAZIO¹

Packaging: il mercato ei nuovi trend

¹ Presidente Istituto Italiano Imballaggio

Il settore del packaging è un componente fondamentale del sistema industriale italiano ed europeo: un settore strategico per valore economico, occu-

pazione e innovazione. Questo intervento propone un quadro sintetico ma puntuale dell'industria dell'imballaggio, attraverso dati aggiornati su produzione, materiali, ambiti applicativi e direzioni di crescita. A partire dall'analisi del mercato, verranno illustrati i principali trend che stanno trasformando il settore: spinta verso la semplificazione e la riciclabilità dei materiali, sviluppo di soluzioni a basso impatto ambientale, digitalizzazione, tracciabilità e adeguamento ai nuovi standard normativi europei. In uno scenario in rapido mutamento, in cui crescono le pressioni ambientali e le aspettative dei consumatori, il packaging si conferma snodo essenziale per affrontare le sfide del presente. L'intervento intende offrire strumenti di lettura e spunti di riflessione utili alle imprese per cogliere le opportunità del cambiamento e orientare le proprie strategie future.

The packaging sector is a fundamental component of the Italian and European industrial system: a strategic sector for economic value, employment and innovation. This presentation offers a concise but timely overview of the packaging industry, through updated data on production, materials, application areas and growth directions. Starting from the analysis of the market, the main trends that are transforming the sector will be illustrated: push towards the simplification and recyclability of materials, development of low environmental impact solutions, digitalization, traceability and adaptation to new European regulatory standards. In a rapidly changing scenario, in which environmental pressures and consumer expectations are growing, packaging confirms itself as an essential hub for addressing the challenges of the present. The presentation intends to offer reading tools and food for thought useful to companies to seize the opportunities of change and orient their future strategies.

