



Da una analisi su packaging in vetro e grande distribuzione

La sostenibilità del vetro si sceglie al supermarket

Un contenitore che sa rispondere alle esigenze crescenti del consumatore rispetto ad ambiente, salute, gusto e che è più adatto per contenere i prodotti “premium”. Per vino, birra e sughi l’85% del fatturato è assorbito dai prodotti confezioni in vetro. Ravasi: “impegnarsi per cogliere il vento a favore”.

Roma, 19 novembre 2019

Nell’ottica di una ricerca continua verso la sostenibilità ambientale, aumenta la presenza del vetro sugli scaffali di supermercati e negozi. Un trend positivo confermato dal fatturato: oggi per vino, birra, sughi l’85% del fatturato è assorbito infatti da quelli confezionati in vetro, con tassi di crescita tra il 2016 e il 2019 del 17% per i sughi, del 16% per le birre e del 13% per il vino. Anche per olio, succhi, conserve ecc aumenta l’appeal del packaging in vetro; nel settore succhi, ad esempio, nello stesso periodo, il fatturato è aumentato del 10% e si registra anche un notevole potenziale di crescita in tutti i settori.

I dati sono contenuti nell’analisi *“Il contributo del packaging in vetro nella valorizzazione delle categorie food&beverage. Implicazioni per la grande distribuzione”* realizzata per conto di Assovetro da Guido Cristini, docente dell’università di Parma, e presentata ad un convegno a Milano, alla presenza di esponenti dei settori della produzione, dell’alimentare e della grande distribuzione.

“La sostenibilità ambientale - ha detto Marco Ravasi, Presidente della sezione contenitori in vetro di Assovetro - è un tema su cui oggi i consumatori si sentono particolarmente coinvolti anche quando scelgono un prodotto al supermarket. Questo vento a favore del vetro, come packaging sostenibile, deve richiedere più che mai il nostro impegno. E l’industria europea del vetro si è già data un obiettivo: raggiungere entro il 2030 il 90% di tasso medio di raccolta del vetro destinata al riciclo”.

L’analisi sottolinea come il packaging stia diventando uno strumento di marketing e di vantaggio competitivo, assumendo un ruolo sempre più significativo nelle strategie green di produttori e retailer. In questo contesto il vetro è determinante e lo testimonia la sua presenza in aumento, soprattutto nel segmento “premium” (prodotti di superiore livello qualitativo o di alto valore simbolico), per cui è prevista una crescita del 7-8% nel prossimo triennio. Prodotti che vanno incontro alle esigenze crescenti del consumatore rispetto a salute, ambiente, gusto, cui il packaging in vetro fornisce una risposta grazie alla possibilità di osservare il contenuto, alla sua sostenibilità, alle qualità di conservazione e di sicurezza alimentare, all’innovazione.

Dalla fotografia dell’industria del vetro emerge come negli anni si sia sempre di più ridotta l’impronta ambientale di un materiale riciclabile al 100% e campione di economia circolare,

tanto che l'85% dei consumatori italiani lo ritiene il miglior packaging. Rispetto a 40 anni fa per la produzione di bottiglie e vasetti si è ridotto del 50% il fabbisogno di energia e sono calate del 70% le emissioni. Il tasso di riciclo del vetro ha raggiunto nel 2018 il 76,3% (+6,6% rispetto all' anno precedente). Grazie al riciclo nel 2018 sono state risparmiate 3.395.000 tonnellate di materie prime vergini, 320.000tep di energia e 2.082. 000 tonnellate di CO2. Nel 2018 l'85,9% delle famiglie ha fatto la raccolta differenziata del vetro (10 anni prima erano poco più del 50%). Bottiglie e vasi poi si sono sottoposti ad un drastico "dimagrimento": una bottiglia di spumante dagli anni '90, ad esempio, è diminuita in peso del 18%, del 13% un vasetto di omogeneizzati e del 12,2% quella dell'olio.

Anche gli investimenti dell'industria dei contenitori in vetro dimostrano questo impegno "green": su 200 milioni annui di investimenti dell'industria nazionale, il 41% è destinato a ridurre l'impatto ambientale.

In complesso in Italia l'industria di bottiglie e vasi in vetro conta 16 aziende, 39 stabilimenti, 7.100 addetti, più 12.000 dell'indotto, sviluppa due miliardi di fatturato ed è seconda in Europa nella produzione di contenitori.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa Assovetro Federica Cingolani +39 335 1329316

assovetro@assovetro.it

www.assovetro.it