

Università Accademici e mondo dell'industria
a confronto su un tema chiave per i consumi

Il packaging sostenibile come leva strategica

Il packaging come leva strategica per la sostenibilità: si è partiti da qui. Da un concetto fondamentale nel mondo moderno. L'organizzazione delle professoressse Cristina Zerbini, Donata Tania Vergura, Beatrice Luceri, Silvia Bellini ha dato vita a un appuntamento che ha attirato l'attenzione di tanti esperti del settore. Il 5 febbraio, infatti, si è svolto al Polo Didattico di via J.F. Kennedy dell'Università degli Studi di Parma, il convegno «Pack to the future. Innovazioni sostenibili nel packaging tra responsabilità aziendale e scelte del consumatore». Un evento che ha riunito accademici ed esponenti del mondo imprenditoriale per fare il punto sulle trasformazioni in atto in un settore chiave per la transizione ecologica. L'incontro ha rappresentato il momento conclusivo di un percorso di ricerca durato due anni, sviluppato nell'ambito del progetto PRIN2022 «Sustainable Food Labels for Product Communication», finanziato dall'Unione Europea attraverso il programma NextGenerationEU.

La mattinata di lavori è stata caratterizzata da un confronto intenso e partecipato, volto ad analizzare il ruolo sempre più centrale del packaging nel contribuire al raggiungimento

degli obiettivi di sostenibilità ambientale. Dalle scelte di design alla selezione dei materiali, dalla gestione delle informazioni in etichetta all'adozione di nuove soluzioni tecnologiche, il packaging è emerso come uno snodo determinante, capace di incidere sia sui processi produttivi sia sui comportamenti di consumo.

Il convegno ha offerto una lettura integrata delle principali traiettorie evolutive del settore, mettendo al centro il delicato equilibrio tra esigenze industriali, responsabilità sociale d'impresa e capacità dei consumatori di comprendere messaggi ambientali sempre più numerosi e complessi. Attraverso contributi teorici ed evidenze empiriche, i relatori hanno sottolineato come la semplificazione informativa e la chiarezza co-

municativa rappresentino elementi fondamentali per evitare fraintendimenti e per rafforzare la fiducia tra aziende e pubblico.

Particolare attenzione è stata dedicata al tema delle percezioni del consumatore, ai miti che ancora circondano il packaging sostenibile e alle opportunità offerte da soluzioni innovative, come i materiali edibili e le nuove frontiere dell'active packaging. È emersa la necessità di ripensare il packaging non solo come in-

strumento di comunicazione responsabile, in grado di orientare scelte di acquisto consapevoli e coerenti con gli obiettivi ambientali.

Ai lavori hanno preso parte docenti e ricercatori dell'Università di Parma tra cui Cristina Zerbini, Tania Vergura, Beatrice Luceri, Simone Aiolfi, Settimio Ziccarelli e Antonella Cavazza. Ad essi sono stati affiancati rappresentanti di importanti realtà industriali e distributive come Barilla, Berni, Gmund, Coop, Crai, Ly Company Group e Mutti. Le testimonianze aziendali hanno portato esempi concreti delle sfide operative e delle opportunità competitive legate all'innovazione sostenibile nel packaging, evidenziando il valore del dialogo tra ricerca e impresa.

L'evento, patrocinato dalla Società Italiana di Marketing, dalla Società Italiana di Management e dal Consorzio Italia del Gusto, ha confermato il ruolo dell'Università di Parma come luogo privilegiato di confronto sui temi della sostenibilità, capace di coniugare rigore scientifico e applicazioni pratiche in uno dei settori più strategici per il futuro dell'economia agroalimentare italiana.

Pietro Razzini

© RIPRODUZIONE RISERVATA

38

Miliardi di euro

È il valore del settore del packaging in Italia. Rappresenta circa il 3,3% del fatturato manifatturiero nazionale e l'1,7% del prodotto interno lordo.



