

mercati

[Stoviglie monouso]

Gusto e qualità made in Italy per il disposable

Il monouso? Un nuovo capitolo dell'eccellenza italiana. La diffusione dei prodotti usa-e-getta continua a crescere mentre i produttori rispondono con l'innovazione alle nuove esigenze di sostenibilità ambientale e di qualità. La completezza dell'offerta nella stoviglieria e la varietà dei decori li ha resi assoluti protagonisti anche di feste e ricorrenze.



di Ester Monti | La stoviglieria monouso è un altro dei settori prodotti in cui il *made in Italy* eccelle. Lo sa bene **Renato Levada**, presidente di **DOpla spa**, che rivendica con giusto orgoglio la propria intuizione pionieristica, alla base dello sviluppo dell'azienda negli anni Sessanta e che gli fece prevedere la diffusione dei prodotti disposable diventati con il tempo un must nella spesa delle famiglie italiane.

Nel nostro XXI secolo le materie plastiche, insieme alla carta e ai derivati, possiedono una indiscussa valenza, fon-

damentale nella realizzazione di oggetti d'uso quotidiano, per la propria duttilità produttiva, cara a tanti architetti

e designer, perché pratiche, leggere, convenienti, ma anche igieniche e sicure.

La plastica permette la replicabilità universale di oggetti di largo consumo, rendendola appetibile anche a guru del design come **Philippe Starck**, ma anche la creazione di migliaia di prodotti, soluzioni pra-

tiche e utili, con un prezzo accessibile al maggior numero di utenti possibile. La creazione di oggetti pratici e funzionali, economici e dal design sempre più evoluto, adattabili a situazioni diverse, capaci anche di assumere un'estetica raffinata e gratificante è la "mission" di DOpla, che presenta un assortimento di oltre 1.500 referenze, con svariati colori, forme e disegni, focalizzati nel mondo del monouso, domestico e professionale, ma anche nel party e nelle ricorrenze. DOpla è oggi il punto di riferimento per la produzione e la commercializzazione di tutta la stoviglieria in plastica, prodotta rigorosamente in Italia e rappresenta il successo di un settore che ha conosciuto un'impetuosa evoluzione via via che la società è andata evolvendo verso stili di vita frenetici, in cui però il gusto e la fantasia irrinunciabili per gli italia-

Il consumo di stoviglie monouso (che si aggira sui 380 milioni di coperti all'anno) si è andato prepotentemente imponendo in una serie sempre più ampia e variegata di occasioni sia della vita domestica che di quella collettiva.

ni hanno potuto mantenere il loro ruolo anche nell'ambito di produzioni come la stoviglieria usa e getta.

L'evoluzione

L'usa e getta è diventato sempre più indispensabile anche per occasioni "importanti", feste e ricorrenze, party e cerimonie. Perciò l'azienda ha saputo ideare decori, forme e materiali adeguati alle più im-



pegnative circostanze, che permettano al consumatore di personalizzare la sua scelta e di avere a disposizione l'intera gamma degli accessori necessari. Dai bicchieri per le diverse bevande, alle coppette da dessert, ai piatti da portata. Già all' inizio del Novecento del resto il consumo usa e getta includeva un numero sempre maggiore di prodotti (i fazzoletti di carta risalgono al 1907), tuttavia il boom ha avuto il suo vertice nel secondo dopoguerra, con lo sviluppo della tecnologia delle materie plastiche: piatti, stoviglie, bicchieri, e poi teglie, vaschette e contenitori d' alluminio, evoluzione del foglio sottile per uso domestico inventato nel 1947.

Il consumo di stoviglie monouso (che si ag-

gira sui 380 milioni di coperti all'anno) si è andato prepotentemente imponendo in una serie sempre più ampia e variegata di occasioni sia della vita domestica che di quella collettiva. Se da un lato ciò ha dato un forte impulso alla produzione, dall'altro ha comportato che questo segmento dei prodotti per la casa occupi uno spazio sempre più significativo all'interno del punto vendita.

Il consumo dei pasti fuori casa, le sempre più frequenti occasioni di feste e riunioni di carattere informale sia fra bambini che fra adulti, la tendenza a limitare l'onere delle mansioni domestiche e anche a ridurre l'impiego della lavastoviglie per limitare i consumi energetici, ha introdotto le stoviglie usa e getta nei consumi abituali delle famiglie che un tempo vi ricorrevano solo eccezionalmente come ad un ripiego.

La situazione del mercato
I picchi di consumo



mercati

naturalmente si registrano nel periodo estivo, quando sono più frequenti pranzi e cene all'aperto e quando le famiglie in vacanza adottano più sistematicamente l'usa e getta. Il mercato dunque non si limita alle esigenze di praticità ed economicità, ma include soluzioni che puntano alla raffinatezza del design e del-

la decorazione. I consumi sono sempre in aumento, ma incominciano a fare i conti con la sempre più diffusa sensibilità per l'ambiente. Nel caso degli usa e getta i fronti, a questo riguardo, sono almeno due: da un lato la produzione e dall'altro lo smaltimento. Prodotti che nascono sin dall'origine per finire nei rifiuti, devono oggi garantire di non contribuire ad accrescere il problema sempre più drammatico dell'accumulo di materiali da scaricare. Perciò la riciclabilità dei materiali impiegati diventa cruciale ed è un aspetto che i consumatori sono sempre meno disposti a trascurare, visto la crescente sensibilità ambientale. Perciò, protagonisti dell'innovazione sono oggi le bioplastiche.



Novità ecosostenibili

Fra le novità presenti oggi sul mercato si segnala la produzione presentata lo scorso maggio nei padiglioni di Fieramilanocity alla Campionaria delle Qualità Italiane, la manifestazione promossa da **Fondazione Symbola e Fiera Milano** che riunisce i prodotti e le aziende che diffondono la qualità italiana nel mondo: una mostra sulle eccellenze del nostro Paese che, partendo dalla tradizione, dall'innovazione, dal territorio e dalla creatività, hanno saputo affermarsi nel mondo ed essere motore di sviluppo economico. **Novamont**, l'azienda italiana leader nel settore delle bioplastiche, ha preso parte all'evento come esempio di eccellenza e di innovazione del *made in Italy*

nel campo della bioplastica, ed in questa occasione ha presentato i suoi prodotti realizzati in **Mater-Bi®** (bicchieri, piatti e posate, etc.), utilizzati tra l'altro in tutti gli incontri ed i momenti enogastronomici organizzati da **Symbola**. Una produzione che ben rispecchia la mission di Novamont, sintetizzata dallo slogan "Chimica Vivente per la Qualità della vita": l'idea, anche partendo da produzioni apparentemente banali come le stoviglie monouso, è quella di contribuire in modo significativo alla realizzazione di una nuova politica industriale in grado di saldare le esigenze dello sviluppo con la sostenibilità, creando un sistema integrato tra chimica, agricoltura, industria ed ambiente per uno "sviluppo veramente sostenibile" e a basso impatto ambientale. Risolvere quindi gli urgenti problemi di inquinamento ambientale, attraverso l'uso di risorse rinnovabili di origine agricola, minimizzando la produzione di rifiuti post consumo e sviluppando processi a basso impatto ambientale. Un progetto

Granulato MaterBi®



che oggi si chiama "bio-raffineria integrata nel territorio" e che ben si esplica nell'affermazione del Mater-Bi®, una famiglia di bioplastiche sviluppate e commercializzate proprio da Novamont. Biodegradabile e compostabile naturalmente, il Mater-Bi® garantisce resistenza e tenuta del tutto simili alle plastiche tradizionali, ma "si biodegrada in compostaggio" in appena poche settimane. Una la soluzione concreta alla domanda di prodotti di largo consumo a basso impatto ambientale (dai teli per la pacciamatura agricola, ai sacchetti biodegradabili per la spesa e la raccolta differenziata, dai prodotti per il catering a quelli per l'igiene sino ai pneumatici).

Certo è che, guardando al segmento dei disposable destinati ad usi di servizio nella vita domestica e in cucina, è evidente non solo l'ampliamento della gamma a vaschette, teglie e tortiere sempre più differenziate per formati e usi, dalla cottura al congelamento, che si aggiungono alla gamma di fogli, carte e pellicole, sacchi, ma anche la volontà sempre più diffusa delle aziende di intercettare l'ambientalismo che si va affermando nei nuovi stili di consumo.

Interessante sotto questo punto di vista anche l'esperienza di **Virosac**, azienda italiana che opera nella produzione di sacchi per i rifiuti e per la congelazione degli alimenti, pellicole protettive estensibili, carta da forno, rotoli e vassoi in alluminio, e che collabora da anni al fianco di **Legambiente** per la sensibilizzazione dell'opinione pubblica sul tema della difesa dell'ambiente. Dopo la campagna "Spiagge e fondali puliti", Virosac e Legambiente hanno nuovamente stretto una collaborazione per la stesura di un Vademecum sulla differenziazione dei rifiuti per il consumatore, sempre più attento a questa tematica di grande attualità. Il Vademecum sarà distribuito nei punti vendita, all'interno dei nuovi espositori di Virosac dedicati esclusivamente ai prodotti per la raccolta differenziata.

Gli espositori sono stati creati appositamente per contenere tutti i prodotti Virosac studiati a questo scopo: sacchetti totalmente biodegradabili, sacchi colorati e semitrasparenti per semplificare la raccolta da parte degli operatori, resistenti ed antigoccia. Perché anche smaltire i rifiuti diventi più semplice e comodo. ○