

NO PLASTIC IS THE NEW BLACK: Uso e abuso degli imballaggi in plastica e la risposta normativa

La plastica è una costante in molti settori dell'economia e parte del nostro scenario quotidiano, grazie alle sue molteplici funzionalità, che permettono di gestire agilmente molte delle esigenze poste dalla nostra vita di ogni giorno. Tuttavia, troppo spesso il modo in cui la plastica viene prodotta, utilizzata e scartata risulta dannoso per l'ambiente (EC, 2018). Attualmente, la quantità di plastica immessa nell'ambiente supera quella che viene riciclata (Council E. A.-S., 2020) e la situazione, dall'inizio della pandemia COVID-19, è peggiorata al punto che è stata persino coniata la definizione "Pandemia della Plastica" (Brock, 2020).

Due le principali ragioni: (i) l'impennata nella domanda non solo di dispositivi di protezione individuale (DPI) (come mascherine, guanti), ma anche di contenitori alimentari per il cibo d'asporto, *pluriball* e imballaggi utilizzati per lo *shopping online* (Brock, 2020); e (ii) il crollo del prezzo del petrolio dovuto al calo della domanda, che ha reso "la produzione di plastica vergine da combustibili fossili meno costosa del riciclo" (Adyel, 2020). Nei prossimi paragrafi analizzeremo alcuni punti chiave riguardanti l'uso e l'abuso di imballaggi in plastica e la risposta normativa dell'Unione Europea.

"SPACCHETTARE" IL PROBLEMA

La "Pandemia della Plastica" è scoppiata mentre i governi di tutto il mondo "promettevano di dichiarare guerra ai rifiuti di plastica monouso" (Brock, 2020). L'Unione Europea intendeva infatti vietare molti prodotti di plastica monouso a partire dal 2021. Il Senato degli Stati Uniti stava considerando la messa al bando della plastica monouso e l'introduzione di obiettivi di riciclo a livello normativo. Ironicamente, la pandemia ha invece accentuato la tendenza a produrre ancora più rifiuti in plastica: si prevede che le dimensioni del mercato globale degli imballaggi di plastica cresceranno dal 2019 al 2021 ad un tasso di crescita annuale del 5,5% (Brock, 2020).

Il *packaging* è il punto d'incontro tra il consumatore e il prodotto, ed è cruciale nella percezione del marchio da parte dei consumatori. Mentre gli imballaggi offrono una gamma infinita di opportunità a livello di funzionalità e di *design* per trasmettere messaggi di *marketing* (Council E. A.-S., 2020), essi rappresentano circa il 40% della produzione di plastica nell'Unione Europea (Jereb et al, 2020).

Durante "la Pandemia della Plastica" i *social media* hanno portato al boom dell'"*unboxing*", "con ogni ulteriore strato protettivo aggiunto al prodotto, si crea una maggior quantità di imballaggi di plastica, che vengono poi immediatamente gettati

via” (May, 2020), aumentando così l'impatto ambientale della plastica. Infatti, *“la durata e la capacità di resistenza al degrado della plastica fanno sì che una volta immessa nell'ambiente, la stessa si conservi a lungo”* (Council E. A.-S., 2020) non riuscendo a contribuire ai benefici economici di un approccio più “circolare”.

La maggior parte della plastica usata nel *packaging* è destinata a raggiungere il suo “fine vita” nelle mani dei singoli consumatori, (Council E. A.-S., 2020) ponendo una grande responsabilità nelle loro mani. Fortunatamente, e nonostante il citato *boom* dell’*“unboxing”*, i consumatori sono sempre più orientati verso l'acquisto di prodotti confezionati con materiali ecologici, riciclabili e biodegradabili. Pertanto, le aziende si stanno concentrando sempre più sulla progettazione di imballaggi sostenibili, evitando gli sprechi e l'uso di materiali non necessari.

Trovare nuove soluzioni per un *packaging* più sostenibile è diventato un imperativo. Secondo l'EUROPEN (*The European Organization for Packaging and the Environment*, associazione europea che promuove l'utilizzo sostenibile degli imballaggi), gli imballaggi dovrebbero essere progettati in modo olistico con il prodotto per ottimizzare le prestazioni ambientali complessive; essere realizzati con materiali provenienti da fonti responsabili; essere concepiti per proteggere il prodotto in modo efficace e sicuro; rispondere ai criteri di mercato in termini di prestazioni e costi; soddisfare le scelte e le aspettative dei consumatori; ed essere riciclati o recuperati in modo efficiente dopo l'uso (EUROPEN, 2020).

LA POSIZIONE DELL'UNIONE EUROPEA

L'aumento della produzione di plastica ha attirato l'attenzione dell'opinione pubblica e della politica. Per compiere la transizione verso un'economia più circolare e per raggiungere gli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite, la Commissione europea ha approvato la Strategia europea per la plastica in una economia circolare nel gennaio 2018. *“La strategia mira ad intervenire in tutti i settori che generano rifiuti di plastica, attraverso misure legislative e standard volontari”* (Jereb et al, 2020) e ha come uno dei suoi obiettivi chiave che *“tutti gli imballaggi di plastica immessi sul mercato dell'Unione Europea siano riutilizzabili o possano essere riciclati in modo efficiente entro il 2030”* (Jereb et al, 2020).

Nel maggio 2018, la Commissione ha rivisto e modificato la direttiva sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio (*Packaging and Packaging Waste Directive - PPWD*) e ha raddoppiato il precedente target di riciclo dei rifiuti di imballaggio in plastica al 50% entro il 2025 e al 55% entro il 2030. Gli Stati Membri rimangono liberi di raggiungere tali obiettivi attraverso le misure che ritengano più appropriate (Jereb et al, 2020). Inoltre, il *“quadro normativo per migliorare la gestione dei rifiuti di imballaggio in plastica fornito dalla PPWD è stato gradualmente integrato da ulteriori direttive e regolamenti”* (Jereb et al, 2020). Questi ultimi stabiliscono obiettivi in merito ai criteri

per il riutilizzo e il recupero dei rifiuti urbani (Direttiva 2008/98/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 novembre 2008, relativa ai rifiuti e che abroga alcune direttive), norme sulla spedizione dei rifiuti (Regolamento (CE) n. 1013/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 giugno 2006, relativo alle spedizioni di rifiuti) e restrizioni relative alle discariche di rifiuti (Direttiva 1999/31/CE del Consiglio, del 26 aprile 1999, relativa alle discariche di rifiuti) (Jereb et al, 2020).

IL RUOLO DELLA RESPONSABILITÀ ESTESA DEL PRODUTTORE (ERP)

Nonostante la crescita della consapevolezza “*green*”, l'uso della plastica è ancora in aumento. Di conseguenza, il legislatore si è concentrato sull'implementazione di sistemi ERP per incentivare i produttori a prestare maggiore attenzione alla gestione della fase di scarto degli imballaggi da loro prodotti. (Council E. A.-S., 2020). In Italia, il D. Lgs. 116/2020 ha modificato e ampliato la responsabilità estesa del produttore rendendola operativa nei confronti di una vasta gamma di prodotti sul territorio. Esso impone obblighi informativi e finanziari ai produttori, facendo loro pagare un contributo modulato, ove possibile, per singoli prodotti o gruppi di prodotti simili, tenendo conto della loro riparabilità, riutilizzabilità, riciclabilità e della presenza di sostanze pericolose. Per facilitare il monitoraggio dei sistemi ERP a livello nazionale, con successivo decreto attuativo, verrà istituito in Italia un Registro Nazionale dei Produttori (Martelli, 2020). Alla Commissione europea è stato raccomandato di adottare obiettivi per i sistemi di responsabilità estesa del produttore per: incentivare la riduzione degli imballaggi utilizzati e incoraggiarne il riutilizzo; massimizzare la riciclabilità degli imballaggi prossimi ad essere scartati; minimizzare la percentuale di imballaggi che non possono essere riciclati; integrare la disponibilità di infrastrutture che si occupino di riciclaggio; far sì che gli obiettivi vengano applicati a tutte le tipologie di imballaggi; mirare all'eliminazione degli oneri di costo per le amministrazioni locali derivanti dallo smaltimento della plastica; garantire che il sistema sostenga l'attività di riciclaggio all'interno dell'Unione Europea e che non permetta l'esportazione verso alternative meno costose e dannose per l'ambiente, *inter alia* (Council E. A.-S., 2020).

VENDITE ONLINE E INDUSTRIA DELLA MODA

I rifiuti tessili e di abbigliamento sono diventati oggetto di una enorme problematica a livello globale. L'industria della moda, gli *e-tailers* e le piattaforme *online* hanno un elevato impatto ambientale e sociale a causa del sempre maggiore ricorso all'*e-commerce* e dei relativi imballaggi con cui i prodotti vengono consegnati. Gran parte del materiale di imballaggio utilizzato per le consegne *online* è costituito da plastica e la maggior parte di esso finisce nelle discariche o negli oceani (Halliday, 2020). Al giorno d'oggi, una semplice maglietta può arrivare a casa del consumatore in un involucro di plastica, all'interno di una scatola laminata, dentro un'altra busta. In poche parole, gli imballaggi di plastica sono diventati parte integrante della catena di valore della distribuzione.

Una sempre maggiore attenzione è quindi posta sullo sviluppo di politiche che consentano una transizione verso un modello di economia circolare (Jacometti, 2019). È in questo contesto che lo scorso anno la Commissione Europea ha approvato un nuovo Piano d'Azione per l'economia circolare che, per quanto riguarda il settore tessile, si concentra sull'incentivazione dell'uso di materie prime secondarie; sul rendere l'abbigliamento più sostenibile; sull'EPR; sulla cooperazione internazionale (Bongioanni, 2020).

I consumatori pretendono che sempre più prodotti abbiano un basso impatto ambientale e sociale. Alcuni dei colossi mondiali della moda hanno accolto queste richieste e si stanno mobilitando di conseguenza. H&M, per esempio, ha riconosciuto che *“nell'industria della moda, la plastica è una delle più grandi sfide”* (Halliday, 2020) e ha sviluppato un progetto di test nei suoi centri di distribuzione nel Regno Unito, Olanda, Svezia, Cina, Russia e Australia, utilizzando nuove borse fatte di carta certificata che, è stato affermato, sarebbero in grado di proteggere i prodotti quanto quelle realizzate in plastica (Halliday, 2020). L'implementazione di programmi rispettosi dell'ambiente e la consulenza di avvocati competenti in tematiche ambientali costituiscono ormai veri e propri imperativi per poter essere competitivi sul mercato.

PER CONCLUDERE

Il 2020 ha visto una contrazione nell'attività dei produttori di plastica riciclata di tutto il mondo, segnando una vittoria per la plastica vergine nella sfida avverso quella riciclata (Brock, 2020). Gli investimenti nella riduzione dei rifiuti da parte di alcune delle più grandi aziende petrolifere e chimiche del mondo non sembrano essere sufficienti, mentre le strategie di gestione dei rifiuti, come gli inceneritori mobili e le discariche, risultano inappropriate allo scopo (Adyel, 2020). Le imprese più resilienti riconoscono che la creazione di strutture di riciclaggio in loco, la collaborazione con organismi dedicati al *green packaging*, fino alla loro eventuale diretta integrazione come parte della progettazione del prodotto, sono la chiave per un *business* che possa dirsi sostenibile in maniera duratura.

LE FONTI

Adyel, T. M. (2020). *Accumulation of plastic waste during COVID-19*. Tratto da <https://science.sciencemag.org/content/369/6509/1314.full>

Bongioanni, M. (2020). *"Economia circolare e sostenibilità per salvare il clima. Il piano europeo"*. Tratto da <https://www.lifegate.it/europa-economia-circolare>.

- Brock, J. (2020). *"The Plastic Pandemic"*. Tratto da <https://www.reuters.com/investigates/special-report/health-coronavirus-plastic-recycling/>.
- Commission, E. (2018). *COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E AL COMITATO DELLE REGIONI. Strategia europea per la plastica nell'economia circolare*. Tratto da <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=COM:2018:28:FIN>.
- Council, E. A.-S. (2020). *"Packaging plastics in the circular economy EASAC"*.
- Environment, T. E. (2020). *"Packaging & the Environment"*. Tratto da <https://euopen-packaging.eu/sustainability/packaging-environment.html>
- Halliday, S. (2020). *"H&M launches new sustainable packaging"*. Tratto da <https://ww.fashionnetwork.com/news/H-m-launches-new-sustainable-packaging,1268992.html>.
- Jacometti, V. (2019). "Circular economy and waste in the fashion industry". *Laws*, 8(4), 1-3.
- Jereb et al, S. (2020). *"EU action to tackle the issue of plastic waste"*. Tratto da <https://www.eca.europa.eu/en/Pages/DocItem.aspx?did=55223>.
- Martelli, A. (2020). *"Economia circolare e sostenibilità per salvare il clima. Il piano europeo"*. Tratto da <https://www.filodiritto.com/rifiuti-vigore-le-prime-norme-di-attuazione-del-pacchetto-di-direttive-ue-sulleconomia-circolare>
- May, E. (2020). *"The Cons of Unboxing"*. Tratto da <https://www.eb-may.com/essay-the-cons-of-unboxing>

Qualche informazione su Curtis, Mallet-Prevost, Colt & Mosle LLP ("Curtis")

Curtis è uno studio legale leader a livello internazionale. Con sede principale a New York, Curtis conta 16 uffici tra Stati Uniti, America Latina, Europa, Medio Oriente ed Asia. Lo Studio rappresenta una vasta gamma di clienti, tra cui società multinazionali e istituzioni finanziarie, governi e società statali, gestori delegati, fondi sovrani, aziende a conduzione familiare, individui ed imprenditori.

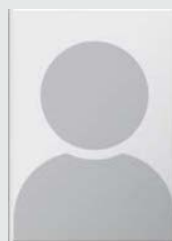
Per ulteriori informazioni, si prega di visitare il sito www.curtis.com.

Avviso alla gentile Clientela: il materiale quivi contenuto rappresenta unicamente una revisione generale degli argomenti trattati e non costituisce parere legale. Pertanto, sul suo contenuto non dovrebbe basarsi alcuna decisione legale o commerciale.

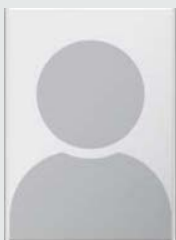
Per qualsivoglia questione inerente al significativo sviluppo normativo oggetto della presente, si prega di contattare gli Avvocati referenti di seguito indicati:

**Daniela Della Rosa**

Partner
ddellarosa@curtis.com
Milan: +39 02 7623 2057

**Maria H. De La Peña**

Associate
mdelapena@curtis.com
Buenos Aires: +54 11 5196 8300

**Beatrice Cazzanelli**

Trainee
bcazzanelli@curtis.com
Milan: +39 02 7623 2001