

L'ANALISI

Dal plastic-free alla nuova vita della carta

Il settore è cresciuto per trent'anni del 3%: oggi, superato il baratro, corre a una velocità tripla

MASSIMILIANO COMITÀ

Chi non ha mai provato le cannucce di cartone, con quel sapore asciutto che altera la percezione del gusto della bevanda? Da McDonalds, prendendo una grani- ta in gelateria o semplicemente a casa, perché sui ban- chi del supermercato non si trovano più i vecchi tubicini di plastica multicolore. Conseguenza della sostenibilità. Dal 14 gennaio di quest'an- no, la plastica monouso è sta- ta bandita anche dall'Italia, così abbiamo piatti di carta, posate di legno e cotton fioc di bambù.

Un passaggio obbligato, dato che la plastica monou- so rappresenta, insieme agli attrezzi da pesca, il 70% dei rifiuti marini, secondo la di- rettiva europea SUPD (Sin- gle Use Plastic Directive), entrata in vigore già dal lu- glio scorso. I produttori prin- cipali della plastica monou- so sono sempre le bistratta- te oil company, in buona compagnia con le società del settore chimico. Le prime venti compagnie producono più della metà della plastica monouso che utilizziamo nel mondo. La prima è Ex- son Mobile, seguita dall'a- zienza chimica americana Dow e dalla cinese Sinopec.

Il primo stato a produrre plastica è la Cina, seguito da Stati Uniti e India. C'è anche un'europa nella lista delle prime venti, e guarda caso è la più grande oil company eu- ropea: Total. La stessa Total che promette 7GW di ener- gia solare ogni anno. Andan- do a vedere chi detiene più azioni di queste società, a parte i governi proprietari delle proprie oil company, come quello cinese e dell'A- rabia Saudita, ci sono investi- tori internazionali di ETF, quali Vanguard, Blackrock e State Street.

Si sponsorizzano investi- menti green, ma poi si vendo- no prodotti come gli ETF, che devono seguire fedel- mente l'andamento dei mer-

La plastica monouso rappresenta, insieme agli attrezzi da pesca, il 70% dei rifiuti marini

cati mondiali, che non ti per- mettono forse di agire come vorresti. È business. Non si vuole fare la guerra a chi pro- duce plastica e a chi investe in queste società, dato che es- se hanno già i loro problemi: coi divieti di vendita e tasse che stanno fioccando per ora in Europa, bensì mettere in luce quelle compagnie che da questa trasformazione hanno trovato nuovo slan- cio.

Con l'avvento dell'era digi- tale, la carta stampata è anda- ta sempre più in declino. Ver-



I macchinari di una cartiera, settore attualmente soggetto a spinte di crisi

so la fine del 2016 e nell'an- no successivo, ci si domanda- va che fine avrebbero fatto società legate a questo mate- riale, così come le aziende che lo riciclavano, dato che il consumo di carta non vergi- ne era sempre minore.

Ecco, dunque, che un cam- bio di vedute verso un mon- do più sostenibile - dove il packaging delle grandi distri- buzioni si sta orientando ver- so un consumo minore di pla- stica a favore della carta, del legno e di altri materiali più sostenibili e in cui la circola- rità dei materiali è un pilas- tro fondamentale - porta al- laribalta un settore che pare- va destinato all'estinzione. Oltre a una versione più sos- tenibile del mondo, c'è sta- to anche il boom di Amazon e del commercio on line, che ha richiesto, e richiede, sem- pre più cartone per gli imbal- laggi, e le nuove abitudini dei Millennials, e non solo, quali il food to go, in cui i conten- tori del cibo in plastica sono sostituiti sempre più da quel- li in carta.

Così un settore che è cre- sciuto per trent'anni al 3%, in linea col GDP mondiale, poi visto sul baratro, si ritro- va oggi a crescere quasi a una velocità tripla rispetto al passato. Nella filiera del pro- dotto finito, però, ci sono di-

verse attività con margini ben differenti. Partiamo dal- le società che estraggono il pulp, ossia la cellulosa, risor- sa primaria con la quale si fabbrica la carta vergine. Questo materiale, che in Eu- ropa è prodotto prevalentemente nelle regioni del nord, negli ultimi due anni è arriva- to a costare il 60% in più. Il motivo è da ricercare nell'au-

Il cartone dismesso, utilizzato per creare il cartone riciclato, ha visto lievitare i prezzi del 70%

mento del costo dell'energia e dei trasporti e nella pande- mia che ha ridotto in genera- le la disponibilità di forza la- voro, che ha portato anche a una riduzione della produ- zione.

Anche l'OCC (Old Corru- gated Container, il cartone dismesso), utilizzato per creare il cartone riciclato, ha visto lievitare i prezzi del 70%, complice sempre il Co- vid che ha impoverito l'offe- rta, con la conseguente chiu- sura dei negozi che vendeva- no questa risorsa. Per mante-

nere margini decorosi, que- ste società hanno alzato i prezzi del prodotto finito, co- sa che ha penalizzato le real- tà più a valle della catena del valore. Tra queste ultime, le produttrici di contenitori, piatti, posate, cannucce e al- tri oggetti hanno visto au- mentare il costo della mate- ria prima e ridurre i ricavi ri- dotti dalla pandemia, perché negli ultimi due anni si è an- dati meno nei fast-food, si so- no fatti meno picnic e ci so- no state meno feste con cate- ring. C'è però da pensare che con un ritorno alla nor- malità tutte le aziende di que- sto settore potranno trovare nuovo slancio in profitti e margini, aiutate dalla doman- da sostenuta.

Ci sono però anche ombre in questo nuovo ciclo di vita della carta: tra i settori più penalizzati dall'aumento deg- li ultimi anni c'è l'editoria, che dal 2020 ha visto l'incres- cimento del costo della carta patinata del 20%, fino a un 50% per la carta più pregiata e i cartoncini, tanto che molte piccole case hanno do- vuto tagliare la produzione, perché aumentare i prezzi dei libri ridurrebbe le ven- dite. Aggiungiamo che questo aumento del consumo di car- ta potrebbe impoverire il pia- neta di quegli alberi necessa-

ri alla sua produzione e che, se non reimpiantati come succede responsabilmente nel nord Europa, non fareb- be altro che spostare il pro- blema dall'inquinamento per la plastica a una minore sostenibilità di un pianeta sempre più disboscato. In ogni cambiamento la cosa più difficile è mantenere l'e- quilibrio.

Il peso della pandemia si è fatto sentire, ora sono attese innovazioni, a cominciare dalla bioplastica

Spesso nel perseguire un obiettivo si rischia di penaliz- zare risorse importanti. Se la tecnologia trovasse più al- ternative alla plastica che non sia la sola carta, come a esempio le bioplastiche che oggi costano di più, ma che, come tutte le nuove tecnolo- gie, hanno margini di miglio- ramento, forse avremmo me- no cannucce dal sapore fasti- dioso e più scelta sugli scaffa- li delle librerie.

*Portfolio Manager di AISM Luxembourg