



La Coppa del Nonno diventa Bio-Based

📅 Maggio 25, 2021



Condividi su:



La tazzina in plastica marrone della Coppa del Nonno, iconico marchio di Nestlé **diventa "bio"** e verrà prodotta dalla **MPG Manifattura Plastica SPA** di Gallarate. La multinazionale **Froneri** (joint venture tra **Nestlé e R&R Ice Cream**) le ha affidato una commessa di 100 milioni di pezzi in quattro anni.

L'azienda gallaratese è infatti la prima in Italia ad essere **certificata ISCC Plus** (International Sustainability & Carbon Certification) per la produzione di packaging alimentari in plastica rigida sostenibile e completamente riciclabile. In questo modo, d'ora in avanti, il famoso gelato al caffè verrà confezionato all'interno di coppette di **plastica bio-based**, ossia derivante dall'utilizzo di polimeri ottenuti da biomassa e dunque senza ricorrere a derivati da fonti fossili.

L'attenzione di Nestlé per la sostenibilità e per l'ambiente, le capacità industriali sulle nuove frontiere della plastica a minor impatto ambientale acquisite nell'ultimo periodo da parte di una PMI come **MPG, i polimeri bio-based** ottenuti da bio masse grazie alle **tecnologie di Total**: questi i tre elementi di un'operazione che apre una nuova strada nella catena del packaging alimentare che vira verso prodotti più ecologici, realizzati con risparmi di materia prima ed energia fossili e con importanti **abbattimenti delle emissioni di gas serra nell'atmosfera**.

Seguici sui social



Giampiero Perego, presidente di MPG, spiega: “Si tratta di un’innovazione importante, non solo per la nostra azienda, ma anche per tutti i clienti finali a cui viene proposto un prodotto di consumo responsabile; concretamente, immettiamo sul mercato un prodotto dal ridotto impatto ambientale che si traduce in un **risparmio fino a 2,5 kg di CO2 per ogni kg di polimero prodotto**, rispetto all’utilizzo di polimeri fossili”.

La sostenibilità per un’azienda della filiera del packaging in plastica, come MPG, non è più un’opzione, ma nemmeno un’operazione di puro marketing. **È questione di responsabilità sociale e di affermazione su un mercato in profonda trasformazione:** “Per noi – continua il presidente Perego – vuol dire diventare ancora più visibili e importanti per il territorio e per tutto il settore. MPG rappresenta un anello di congiunzione, uno snodo fondamentale nella creazione di un mercato più sostenibile. Da una parte, dimostriamo di essere partner credibile del fornitore, in questo caso della multinazionale francese Total, che ha sviluppato una nuova materia prima più ecologica; dall’altra, mostriamo alle multinazionali dell’alimentare la nostra capacità di saper assecondare con prodotti innovativi e di qualità la loro crescente attenzione per la sensibilità ecologica del consumatore finale. Noi siamo il collante di questa filiera. Usiamo un materiale di cui possiamo sfruttare al massimo le potenzialità e lo facciamo con lo sguardo volto al perfezionamento dell’economia circolare e alla realizzazione degli obiettivi climatici. Solamente andando oltre il concetto standardizzato di ‘estrarre, produrre, utilizzare e gettare’ dell’economia lineare, saremo capaci di sostenere l’ambiente e utilizzare le risorse a lungo termine. In questo senso, esiste una **nuova plastica sostenibile**”.

Oggi, il **bio-based** rappresenta una percentuale limitata dei volumi della MPG che per i prossimi anni si pone, però, l’obiettivo di raggiungere una **produzione sostenibile al 100%**, passando totalmente dal polipropilene fossile a quello bio-based.

La produzione di MPG è concentrata per la maggior parte sugli imballaggi per l’industria alimentare; oltre a Froneri, altre importanti realtà del Food nazionale ed internazionale quali **Igor Gorgonzola, Unilever e Valsoia** per i gelati e **Kraft-Heinz** per il baby food si avvalgono degli imballaggi di MPG per il confezionamento dei loro prodotti.

Fonte: Ufficio stampa Total

