

AMBIENTE /

Aliplast da rifiuto a risorsa

La plastica è stata spesso demonizzata negli ultimi anni ma rimane un materiale indispensabile. Per questo motivo deve essere integrata nel processo di transizione ecologica che sta coinvolgendo sempre più settori. A Ecomondo 2024 abbiamo incontrato Michele Petrone, Amministratore Delegato di Aliplast, che ci ha parlato del percorso virtuoso intrapreso dall'azienda nel riciclo e nella rigenerazione dei rifiuti plastici.

Michele Petrone, AD di Aliplast



zioni sostenibili. Crediamo fermamente che questi sforzi non solo contribuiranno a rendere il nostro ambiente migliore, ma ci posizioneranno anche come leader nel settore, permettendoci di contribuire in modo significativo alla riduzione dei rifiuti plastici a livello globale.

➤ Nell'ambito degli imballaggi, quali sono i settori chiave per Aliplast?

Attualmente ci concentriamo su due principali tipologie di plastiche: PET e LDPE, che costituiscono il 90% del nostro business. Con questi materiali serviamo principalmente il settore alimentare, della cosmetica e quello dell'imballaggio in generale, oltre ai settori edile e agricolo. Con i nostri prodotti di altissima qualità, che non si limitano al solo riciclo e rigenerazione delle plastiche, ma comprendono anche prodotti finiti come lastre in PET e film per imballaggio, ci siamo distinti dai nostri competitor. Spesso ci confrontiamo con operatori molto verticalizzati, ma noi abbiamo scelto una strategia di differenziazione che ci ha spinto a esplorare nuovi settori. L'impianto di Modena è la concretizzazione di questa filosofia, che ci sfida sia per i materiali trattati sia per le opportunità che ci offre, come guardare a settori come l'automotive e le apparecchiature

elettroniche, che in futuro dovranno impiegare plastiche riciclate.

➤ Lo scorso settembre, Aliplast è stata protagonista alla Milano Beauty Week. Ci può parlare di questo progetto?

Si tratta di un'iniziativa entusiasmante che si inserisce perfettamente nella nostra mission degli ultimi anni: vedere i rifiuti come risorse. Abbiamo aggiunto anche "per il bello", riferendoci al settore beauty. La collaborazione con Cosmetica Italia, iniziata qualche anno fa, ci ha portato a definire le linee guida per un imballaggio cosmetico sostenibile e riciclabile. Le abbiamo poi realizzate, coinvolgendo tutti i partner per dare vita a un flacone per olio micellare che abbiamo anche replicato a Ecomondo. Noi, l'imbottigliatore, l'etichettatore e il produttore del cosmetico ci siamo uniti per seguire le linee guida e inviare un messaggio importante: la cosmetica deve essere sempre più sostenibile. Questo progetto non è un punto di arrivo, ma un punto di partenza per guardare al futuro, cavalcando l'entusiasmo che ha unito tutti i partecipanti e dimostrando che anche nel settore cosmetico è possibile fare innovazione partendo dai rifiuti.

➤ Qual è stato il riscontro avuto nel settore cosmetico?

Abbiamo ricevuto un riscontro estremamente positivo. Aliplast è partner della Milano Beauty Week sin dall'inizio dell'iniziativa. Abbiamo combinato due aspetti fondamentali: Aliplast e il

➤ Aliplast è sempre protagonista a Ecomondo. Come vi siete presentati quest'anno? Su quali progetti avete focalizzato l'attenzione?

A Ecomondo siamo presenti a fianco della capogruppo Herambiente, per dimostrare che il settore del riciclo delle plastiche è un pilastro fondamentale della transizione ecologica. Siamo convinti del nostro ruolo chiave in questa rivoluzione, infatti stiamo realizzando nuovi investimenti, come la costruzione di un innovativo impianto per il riciclo delle plastiche rigide a Modena e l'ampliamento dell'impianto di Novara. Con queste iniziative, puntiamo a rispondere alla crescente richiesta di materiali riciclati. Oggi, Aliplast fornisce una capacità produttiva di circa 100.000 tonnellate, destinata a raddoppiare entro il 2028, un'evoluzione necessaria dato il crescente interesse del mercato per solu-



progetto Scart, che trasforma gli scarti di imballaggio in opere d'arte. Il riscontro maggiore è stato l'armonia tra la nostra azienda e questo progetto, che ci ha permesso di trasmettere il messaggio che i rifiuti hanno un lato bello. In particolare, il corretto conferimento dei rifiuti al riciclo ottimizza il flusso. Quest'anno, abbiamo creato il Duomo di Milano utilizzando materiali di scarto dei prodotti cosmetici. La plastica, pur essendo stata spesso demonizzata, rimane un materiale fondamentale e va utilizzato correttamente.

➤ **Alla luce del suo recente ingresso in Aliplast come Amministratore Delegato, quali**

sono i suoi obiettivi per il futuro e le strategie a lungo termine?

Il ruolo che mi è stato conferito mi rende orgoglioso e carico di responsabilità. Aliplast sta portando avanti un piano di sviluppo che prevede investimenti fondamentali per tutto il Gruppo Herambiente. Il nostro obiettivo è valorizzare le potenzialità di tutte le persone che lavorano in Aliplast, che oggi sono oltre 400, con un aumento di 100 unità grazie ai nuovi investimenti. Gli obiettivi nel piano industriale riguardano tre ambiti: approvvigionamento, produzione e vendite. Per quanto riguarda l'approvvigionamento, vogliamo fidelizzare ulteriormente la clientela,

garantendo lo stock qualitativo che ci ha sempre distinto. In produzione, puntiamo a migliorare l'efficacia, ma anche la capacità di mettere alla prova i vari comparti. Per le vendite, l'obiettivo è ampliare la nostra rete con partnership, anche con grandi gruppi, consolidando la nostra presenza in Italia e all'estero, anche in risposta a normative che stanno favorendo la richiesta di materiale riciclato. Attualmente, il 60% dei nostri clienti è italiano, mentre il 40% è internazionale. La nostra missione è applicare correttamente le normative per dare una spinta decisiva al settore del riciclo, che dovrà essere uno dei principali protagonisti della transizione ecologica.